

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kepuasan konsumen telah menjadi bagian integral dalam misi dan tujuan sebagian besar organisasi. Meningkatnya intensitas kompetisi global dan domestik, berubahnya preferensi dan perilaku konsumen, serta revolusi teknologi informasi merupakan sebagian diantara sekian faktor yang mendorong organisasi bisnis dan non-bisnis untuk mengalihkan fokusnya ke arah *customer oriented*.

Sejalan dengan hal tersebut untuk dapat bertahan perusahaan perlu merencanakan strategi pemasarannya. Hal yang mendasar dalam strategi pemasaran adalah pemahaman tentang konsep pemasaran, dimana kepuasan konsumen adalah titik sentralnya. Kepuasan terkait dengan kualitas produk atau jasa. Jadi untuk dapat bertahan dan mencapai tujuan perusahaan yang bersifat umum yaitu laba maka perusahaan perlu memperhatikan kualitas produk atau jasanya agar konsumen merasa puas.

Pelanggan merupakan unsur yang utama untuk mengukur apakah strategi pemasaran yang diambil perusahaan telah berjalan dengan baik, karena tingkat keberhasilan pemasaran dapat dilihat dari besar kecilnya pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Perusahaan dituntut untuk dapat merenovasi dalam menciptakan produk-produk yang diminati dan sesuai dengan selera konsumen, sehingga hal ini dapat memberikan dampak yang positif baik bagi pelanggan maupun bagi perusahaan, dimana pelanggan mendapatkan tingkat kepuasan yang maksimal atas produk yang dibelinya dan perusahaan mengalami peningkatan dalam volume penjualannya

Dalam persaingan seperti sekarang ini, perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga tampak berbeda dengan produk pesaing. Kualitas merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Menurut T.Hani Handoko (2000) Kualitas ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk di dalamnya daya tahan, ketidaktergantungan pada produk lain atau komponen lain, eksklusifitas, kenyamanan, wujud luar (warna, bentuk, pembungkusan, dan sebagainya). Dengan kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas

Beberapa penelitian yang dilakukan sebelumnya menyatakan bahwa reputasi dari perusahaan dalam sudut pandang pelanggan dapat dijadikan jaminan bagi pelanggan untuk menilai kualitas produk atau jasa. Dharma (2010) mengemukakan tentang kaitan antara kualitas produk dan minat beli. Dalam penelitiannya, diungkapkan bahwa kualitas produk yang baik akan mendorong minat beli konsumen. Hal yang sama juga penelitian yang dilakukan oleh Rahma (2007) menunjukkan kaitan antara minat beli dan keputusan pembelian. Minat beli konsumen yang tinggi akan mendorong konsumen membeli suatu produk.

Namun ada juga penelitian yang menemukan hasil berbeda. Penelitian yang dilakukan oleh Ariesca Hesti Widyaningrum (2011) tentang faktor yang menimbulkan minat beli di McDonald's Rungkut Surabaya menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan promosi tidak berpengaruh dan tidak mampu menciptakan minat beli dikarenakan tidak dapat dirasakan oleh konsumen. Etty Harniza Harun (2011) juga melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas produk terhadap minat beli sepeda motor di Malaysia dan hasilnya menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen

Toko Sinar Mutiara Gorontalo merupakan salah satu toko Retail yang menjual produk Elektronik di Gorontalo juga memandang perlunya memperhatikan dan mengembangkan strategi pemasarannya diantaranya memperhatikan kualitas dari produk yang dijualnya agar setiap produknya dapat diterima oleh konsumen dan menjadikan produk maupun Toko Sinar Mutiara sebagai toko yang diminati dalam konsumen untuk melakukan ataupun memenuhi keinginan mereka terkait dengan produk-produk elektronik.

Agar dapat mendukung data penelitian awal terkait dengan masalah yang ada di Toko Sinar Mutiara hubungannya dengan keinginan konsumen/ pelanggan (minat beli) untuk membeli produk elektronik di Toko tersebut, maka peneliti melakukan pra-survey dengan melakukan observasi dan peninjauan persepsi pelanggan melalui wawancara. Dari data yang dikumpulkan didapatkan variasi jawaban responden mengenai alasan mereka kurang berminat melakukan pembelian di Toko tersebut diantaranya adalah ukuran bangunan toko yang kurang luas sehingga kurang nyaman bagi pelanggan, kurangnya pemahaman pegawai toko untuk menjelaskan spesifikasi produk yang diinginkan konsumen, tidak adanya produk yang diinginkan pada etalase toko, tidak adanya tenaga SPG pada setiap produk yang ditawarkan.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk menagangkat masalah ini dalam kajian penelitian. Dan untuk kepentingan penelitian maka peneliti merumuskan judul penelitian sebagai berikut: **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Elektronik Pada Toko Sinar Mutiara Gorontalo”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan penjelasan di atas yang telah diuraikan sebelumnya, dapat diketahui bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang produk elektronik pada Toko Sinar Mutiara Kota Gorontalo?
2. Berapa besar pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang produk elektronik pada Toko Sinar Mutiara Kota Gorontalo?

1.3 Tujuan Penulisan

Tujuan penelitian adalah untuk menemukan, mengembangkan dan menguji kebenaran suatu pengetahuan. Dengan demikian, penelitian ini merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi tentang minat beli konsumen pada Toko Sinar Mutiara Gorontalo. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang produk elektronik pada Toko Sinar Mutiara Kota Gorontalo.
2. Untuk mengetahui besaran pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang produk elektronik pada Toko Sinar Mutiara Kota Gorontalo.

1.4 Manfaat Penulisan

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan mempunyai manfaat, yaitu:

1. **Manfaat Teoritis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu penelitian dalam bidang Manajemen Pemasaran kaitannya dengan minat beli konsumen.

2. **Manfaat Praktis**

Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman dan tambahan informasi kepada konsumen dalam proses pembelian produk elektronik pada Toko Sinar Mutiara Gorontalo.

Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan bagi pihak pemilik Toko dalam rangka menentukan strategi penentuan pengambilan keputusan mengenai kualitas produk yang dijual dalam mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk – produk elektronik yang dijual.