BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Minat pembelian ulang merupakan salah satu faktor penting terhadap loyalitas pelanggan terhadap suatu produk. Minat pembelian ulang juga dapat menjadi tolak ukur kesetian pelanggan atau konsumen terhadap produk itu sendiri. Kesetian pelanggan terhadap suatu produk juga dapat menjadi kunci berhasilnya suatu badan usaha atau perusahaan. Dengan tingginya minat pembelian ulang pelanggan terhadap suatu produk menjadikan produk itu sendiri menjadi suatu produk yang dikenal dan lebih melekat ke hati pelanggan dan menjadi produk itu sendiri lebih unggul.

Minat beli ulang merupakan bagian dari perilaku pembelian, yang selanjutnya akan membentuk loyalitas dalam diri konsumen. Kesesuaian performa produk dan jasa yang ditawarkan dengan yang diharapkan konsumen akan memberikan kepuasan dan akan menghasilkan minat beli ulang konsumen di waktu yang akan datang. Konsumen yang merasa puas dan memutuskan untuk menjadi pelanggan, secara otomatis akan merekomendasikan produk kepada calon konsumen lain. Pembelian ulang yang dilakukan oleh konsumen merupakan suatu keputusan konsumen untuk membeli produk lebih dari satu kali di mana keputusan ini juga didukung faktor-faktor yang mempengaruhinya, terutama tentang informasi mengenai produk yang akan mereka dapatkan (Tambunan, 2009).

Minat beli ulang sangat berpengaruh terhadap berjalannya suatu usaha dikarenakan permintaan pelanggan yang terus meningkat dari konsumen yang melakukan pembelian berulang. Pertanyaan tersebut didukung dengan peneltian yang turut meneliti variabel minat beli ulang. Seperti yang dilakukan Kusumadewi & Saraswati (2020) dan Ardianto et al (2020).

Kualitas produk menjadi perhatian penting bagi konsumen dalam menentukan pilihan pada saat akan membeli sebuah barang. Kualitas produk juga menjadi sebuah point penting bagi pelaku usaha, dimana pelaku usaha akan memperhatikan kualitas produk sebelum dipasarkan. Produk dengan kualitas yang baik akan menarik perhatian pembeli, sedangkan produk dengan kualitas yang kurang akan menjadi bahan evaluasi pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas produk kedepannya. Pelaku usaha diharapkan selalu mampu menjaga dan meningkatkan kualitas produk dari waktu ke waktu guna memenuhi kebutuhan konsumen.

Kualitas produk yang bagus suatu pelaku usaha akan bisa memenangkan persaingan pasar dan bisa menjadi *market leader*. Dengan demikian suatu pelaku usaha atau perusahaan dapat meraih minat konsumen di dalam persaingan. Persaingan pasar sangat berpengaruh terhadap berhasil atau tidaknya suatu badan yang bergerak dibidang usaha. Dapat disimpulkan dengan berhasilnya suatu badan usaha tersebut juga akan dapat meningkatkan laba yang diperoleh perusahaan.

Perusahaan melakukan berbagai strategi untuk menciptakan keunggulan dalam bersaing untuk meraih pangsa pasar yang lebih besar. Salah satunya adalah dengan memastikan kualitas produk memenuhi harapan konsumen, sehingga

dapat dikatakan seorang konsumen menilai suatu produk berdasarkan kualitas dari produk tersebut.

Konsumen setelah membeli sebuah barang pasti akan memberikan sebuah ulasan produk pelanggan menjadi salah satu faktor pertimbangan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian suatu produk yang dipasarkan suatu pelaku usaha. Ulasan produk sangat berpengaruh positif terhadap minat beli ulang yang disebabkan oleh peningkatan kualitas ulasan suatu produk. Dengan ulasan suatu produk yang positif hal tersebut akan memberikan dampak yang bagus juga terhadap suatu badan usaha, dimana hal tersebut dapat meningkatkan pembelian konsumen terhadap produk tersebut.

Ulasan produk merupakan salah satu bahan evaluasi bagi perusaahan untuk mengetahui produk yang dijual mendapatkan nilai yang positif atau tidak dipasar. Pertimbangan yang dapat dilakukan oleh konsumen salah satunya adalah dengan cara melihat *review* atau ulasan dari konsumen terdahulu. *Online consumer review* bisa disebut sebagai suatu pengalaman atau pendapat yang konsumen berikan mengenai *service* yang diterima ataupun produk yang telah dibeli atau digunakan.

Ulasan serta penilaian yang diberikan pelanggan terhadap suatu produk bisa positif serta negatif yang tercantum dalam ulasan didasarkan pada pengalaman pribadi penulis. Pengalaman individu lain rasakan sebelumnya tentang suatu produk adalah sebagai sumber berpengaruh yang memiliki dampak saat memutuskan suatu pembelian, ketika hal yang bersifat positif diketahui maka mengakibatkan kesungguhan konsumen untuk membeli produk semakin besar pula.

Ulasan produk berpengaruh positif terhadap minat beli ulang konsumen (Stevanie, 2020 dan Ardianto et al, 2020). Perkembangan *fashion* pada saat ini sangat beragam tidak seperti dahulu. Justru *trend fashion* sekarang lebih banyak menjurus ke mode atau style lama atau biasa disebut *vintage*. Oleh karena itu produk *fashion* sekarang tidak selalu produk pakaian baru melainkan juga produk pakaian bekas yang biasa disebut produk *thrift* yang sekarang justru banyak di gandrungi banyak remaja. Produk *thrift* sangat digandrungi karena masyarakat bisa mendapatkan produk bagus tetapi dengan harga yang murah dan produk thrift sendiri biasanya kebanyakan merupakan produk dari brand ternama.

Thriftshop, yang juga dikenal sebagai pasar loak, adalah pasar yang menjual kembali barang-barang bekas. Pasar ini sering dikunjungi untuk mendapatkan barang-barang dengan harga terjangkau. Saat ini, *thrift shop* menjadi makin populer dikalangan masyarakat terutama para remaja. Meningkatnya minat berbelanja di pasar ini menjadikannya sebuah trend, terutama pada kalangan remaja karena harga dari produk *thrift* ini juga lebih terjangkau dibandingan dengan produk pakaian baru yang tentunya cocok bagi kalangan remaja.

Berkembangnya *trend fashion* terutama *trend thrift shop* membawa berbagai dampak dimasyarakat. Dampak-dampak tersebut dapat berefek positif maupun negatif yang bervariasi untuk tiap bidang yang terkena dampaknya. Diantara berbagai bidang yang terkena dampak dari *trend* ini, industri fashion adalah salah satu sektor yang mengalami dampak yang cukup besar karena fashion sekarang merupakan suatu kebutuhan pokok bagi masyarakat.

Mr & Mrs Jack merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang *fashion* yang menjual pakain bekas. Usaha *thrift shop* Mr & Mrs Jack ini berlokasi

di Kota Kediri dan Tulungagung. Produk yang dijual Mr & Mrs Jack merupakan pakaian bekas pria dan wanita yang masih bagus dan layak pakai. Produk yang dijual *thrift shop* Mr&Mrs Jack ini juga sangat beragam mulai dari baju, celana sampai jaket. Kualitas produk *thrift* tidak semuanya bagus mengapa demikian karena produk thrift sendiri merupakan barang bekas yang telah melalui proses pemilahan berdasarkan kategori kualitas, dimana ada beberapa pelanggan atau konsumen yang complain terhadap produk *thrift* dengan kualitas yang kurang bagus.

Thrift shop Mr&Mrs Jack mempunyai banyak complain terkait kualitas produk *thrift* yang dijual ke konsumen kurang bagus. Selain kualitas produk yang kurang bagus, terdapat juga beberapa komentar negative pada sosial media Instagram Mr&Mrs Jack yang dapat mempengaruhi konsumen lainnya ketika akan melakukan pembelian. Dengan adanya beberapa complain dari pelanggan atau konsumen terkait produk yang kurang bagus dapat berdampak pada menurunnya minat pembelian konsumen. Hal tersebut dapat terlihat pada tabel 1.1 sebagai berikut :

Tabel 1.1 Data Penjualan Thrift shop Mr&Mrs Jack 5 Tahun Terakhir

Tahun	2018	2019	2020	2021	2022
Jumlah	1140	1256	1700	1210	1158

Sumber : Data Penjualan Thrift shop Mr&Mrs Jack, (2023)

Pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa penjualan *thrift shop* Mr&Mrs Jack pada tahun 2018 sampai 2020 mengalami kenaikan yang cukup tinggi, namun pada tahun 2021 sampai 2022 penjualan *thrift shop* Mr&Mrs Jack mengalami penurunan beberapa faktor yang terjadi. Dengan uraian diatas maka peneliti

melakukan penelitan yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Ulasan Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada *Thrift Shop* Mr&Mrs Jack”.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena diatas, maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat pembelian ulang pada *thrift shop* Mr & MrsJack?
2. Apa ulasan produk berpengaruh pada minat pembelian ulang pada *thrift shop* Mr & MrsJack?
3. Variabel manakah yang berpengaruh dominan antara kualitas produk atau ulasan produk pada *thrift shop* Mr & Mrs Jack?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka dapat dirumuskan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat pembelian ulang pada *thrift shop* Mr & Mrs Jack.
2. Untuk menganalisis pengaruh ulasan produk terhadap minat pembelian ulang pada *thrift shop* Mr & Mrs Jack.
3. Untuk mengetahui variabel yang berpengaruh dominan antara kualitas produk atau ulasan produk terhadap minat pembelian ulang pada *thrift shop* Mr & Mrs Jack.

D. Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini terdapat 2 manfaat penelitian yaitu :

1. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan acuan bagi pemilik *thrift shop* Mr&Mrs Jack untuk mengetahui seberapa pentingnya kualitas produk dan ulasan produk terhadap pembelian ulang.
2. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dan bisa dikembangkan menjadi lebih sempurna.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG