

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industry pandai besi merupakan usaha pertukangan besi, dimana industri ini pada awalnya hanya membuat senjata tradisional saja. Seiring dengan berjalannya waktu, perkembangan pembuatan pandai besi ini mulai merubah bentuk usahanya dengan mengembangkan pembuatan pandai besinya dengan berbagai jenis seperti, pisau sembelih, pisau dapur, tajak dan lain sebagainya. Industri pada bidang pandai besi ini merupakan usaha yang dibangun oleh perorangan dan kelompok yang bergerak dibidang pertukangan besi. Yang dimana industri ini menunjukkan peranan seseorang terhadap keahliannya yang di akui para pakar dibidang pandai besi. Keahlian pandai besi berawal pada pembuatan senjata tradisional misalnya: keris, parang, pedang yang dimana keahlian ini diturunkan secara turun temurun. Dengan perkembangan di jaman sekarang mulailah adanya peralihan yang awalnya hanya membuat senjata tradisional di tumbuh kembangkan dengan pembuatan alat-alat pertanian atau perkebunan.

Kabupaten Sukabumi memiliki daerah yang sudah dikenal dengan kesejarahannya sebagai Desa pengrajin logam, sebagian besar masyarakat Kabupaten Sukabumi sudah mengetahui daerah pengrajin logam yaitu berada di Desa Cibatu Kecamatan Cisaat. Daerah Kabupaten Sukabumi memiliki tanah yang luas dan subur khususnya didaerah cisaat. Sebagai daerah pertanian dan perkebunan jelas membutuhkan peralatan untuk pertaniannya seperti: cangkul, garpu, parang dan lain sebagainya. Maka dengan keadaan seperti itu masyarakat

Desa Cibatu menjadikan hal ini sebagai peluang besar untuk mereka (Farhan Firdaus, 2014). Dengan begitu para pengusaha pertukangan besi ini harus memperhatikan kebutuhan dan kualitas produk, agar konsumen dapat kembali membeli produknya.

Minat beli ulang atau minat beli dalam proses pembelian ada keterkaitannya dengan perilaku konsumen yang menginginkan atau membeli produk tertentu. Perilaku konsumen dalam pembelian ini berbeda-beda. “Konsumen akan memilih produk yang mengandung atribut-atribut yang sudah diyakininya sesuai dengan yang dibutuhkan. Minat beli ulang, yaitu adanya emosi serta kontribusinya terhadap keputusan konsumen untuk kembali membeli adalah berharga” (Margee Hume, 2010:172). “Minat beli ulang adalah pada saat membutuhkan akan suatu produk maka konsumen akan membeli kembali produk yang sama dengan merek yang sama, adanya keterkaitan emosional antara konsumen dengan suatu merek produk” (Elwin Novaris Adinata, 2015:4). Minat membeli ulang merupakan perilaku konsumen untuk membeli ulang kembali suatu produk, karena adanya kepuasan yang diperoleh oleh konsumen yang sesuai dengan yang diinginkan dari produk. Merek yang sudah melekat pada pikiran konsumen hal ini yang akan menyebabkan konsumen untuk melanjutkan kembali pembelian. Minat beli ulang dari konsumen pada produk sebagai hal yang sangat penting untuk perusahaan karena dari minat tersebutlah akan adanya pembelian yang berulang dari konsumen, minat beli ulang ini dipengaruhi oleh beberapa aspek yaitu dimulai dari aspek pengalaman konsumen setelah melakukan pembelian pertama pada toko yang sudah mengkonsumsi produk dari toko tersebut.

Pengalaman yang sudah dirasakan oleh konsumen ketika mengunjungi dan membeli produk di toko tersebut, hal ini juga menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam memilih toko yang menjual produk yang sama. Sehingga pengalaman konsumen disini akan menjadi perhatian bagi para pengusaha pertukangan besi dalam membuat konsumen merasa puas agar para pengusaha dapat mempertahankan konsumennya untuk tetap membeli dan menggunakan produk tersebut. Dalam memenangkan persaingan dengan pengusaha yang sejenis, perusahaan harus memberikan pengalaman yang positif dibenak konsumen terhadap produknya agar dapat menumbuhkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk dari perusahaan. Perusahaan juga harus mampu membuat para konsumen ini menaruh rasa kepercayaannya terhadap toko dan produk yang di jualnya.

Kepercayaan dari konsumen merupakan salah satu faktor yang dijadikan sebagai pondasi dari sebuah perusahaan untuk tetap mempertahankan usahanya. Kepercayaan konsumen ini sangat penting untuk kelangsungan hidup sebuah perusahaan. karena jika perusahaan sudah mendapatkan kepercayaan dari konsumen, maka hal ini akan menumbuhkan kesetiaan dari konsumen terhadap toko tersebut untuk tetap melakukan pembelian ulang pada toko yang sama. Kepercayaan tidak bisa begitu saja diakui oleh pihak lain atau pelaku bisnis, tetapi harus mulai dibangun sejak awal konsumen menggunakan produknya. Ada beberapa faktor yang mampu memberikan kepercayaan terhadap konsumen yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik, kualitas barang yang bagus serta jenis

barang yang sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, dengan begitu konsumen akan percaya dan kembali melakukan pembelian ulang di toko tersebut.

Rencana penelitian ini akan dilaksanakan pada toko *Handmade Addictive*. *Handmade Addictive* Merupakan toko yang bergerak dibidang Industri pandai besi yang menjual berbagai macam produk diantanya Perkakas, Golok, Pisau Sembelih, Pisau Dapur, Katana, Panahan dengan berbagai tipe dan model. *Handmade Addictive* ini berdiri sejak tahun 2015 dengan NIB: 8120001701231 yang berlokasi di Jalan Raya Cibatu, Kecamatan Cisaat. Jawa Barat 43152. (Sumber: Hasil Wawancara dengan Pemilik toko *Handmade Addictive*)

Berdasarkan hasil dari data penjualan yang diperoleh langsung dari pemilik toko *Handmade Addictive* selama 3 bulan terakhir, bahwa adanya permasalahan pada minat beli ulang dari konsumen, dengan data sebagai berikut:

Tabel 1.1 Data Penjualan

No	Bulan	Jumlah Konsumen
1.	September	104
2.	Oktober	83
3.	November	71

sumber: dari pemilik toko Handmade Addictive, 2018

Penulis melakukan peninjauan dengan melakukan pra-kuesioner kepada 25 konsumen yang sudah menggunakan produk dari *Handmade Addictive*, bahwa adanya permasalahan yang terjadi pada minat beli ulang konsumen. Berikut hasil dari pra-kuesioner yang telah diperoleh penulis sebagai berikut:

Tabel 1.2. Hasil Data Pra-Kuesioner

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
Minat Beli Ulang						
1.	Saya ingin melakukan pembelian ulang produk di toko <i>Handmade Addictive</i>	12%	16%	44%	20%	8%
2.	Saya akan mereferensikan produk <i>Handmade Addictive</i> kepada orang lain	12%	24%	48%	8%	8%
3.	Anda lebih memilih produk dari <i>Handmade Addictive</i> dibandingkan produk dari toko lainnya	16%	16%	36%	28%	4%
4.	Saya mencari informasi mengenai produk dari toko <i>Handmade Addictive</i> sebelum melakukan pembelian	12%	16%	44%	24%	4%
Pengalaman Konsumen						
1.	Saya merasa setiap produk pada toko <i>Handmade</i> menarik pada setiap jenis dan tipe produknya yang berbeda dengan toko lainnya	-	20%	44%	32%	-
2.	Pelayana yang baik yang diberikan oleh penjual kepada setiap konsumen dari <i>Handmade Addictive</i>	16%	32%	20%	24%	8%
3.	Saya merasa produk dari toko <i>Handmade</i> memiliki kualitas produk yang baik	12%	16%	40%	24%	8%
Kepercayaan						
1.	Saya merasa kualitas produk dari toko <i>Handmade Addictive</i> ini bagus dan berkualitas, saya tidak merasa dirugikan setelah membeli produk dari <i>Handmade Addictive</i>	12%	8%	48%	8%	4%
2.	Saya mendapatkan informasi produk dari penjual dengan jelas dan sesuai dengan produk dari <i>Handmade Addictive</i> itu sendiri	16%	16%	32%	28%	8%

3.	Keterbukaan penjual untuk memberikan informasi produknya yang dibutuhkan konsumen sesuai	12%	20%	36%	16%	16%
----	--	-----	-----	-----	-----	-----

Sumber : wawancara Pra-Questioner pada Konsumen Pengguna Produk

HANDMADE ADDICTIVE (2018)

Berdasarkan hasil peninjauan diatas, bahwa permasalahan adanya penurunan pada minat beli ulang dari konsumen yang sudah menggunakan produk *Handmade*. Permasalahan ini disebabkan oleh pengalaman konsumen, dimana pada pengalaman tersebut bahwa belum sepenuhnya konsumen merasakan pengalaman yang positif saat sudah mengkonsumsi produk *Handmade* yang dimana pada pengalaman yang dirasakan oleh konsumen bahwa produk dari toko *Handmade* ini jenis dan tipe setiap item dari produk tersebut kurang menarik perhatian untuk para konsumen, sehingga konsumen yang sudah pernah menggunakan produk tersebut tidak mereferensikan kembali produk toko tersebut kepada konsumen dimana hal ini membuat konsumen tidak percaya terhadap produk dari toko tersebut dikarenakan konsumen tidak mempunyai informasi yang jelas dari produk *Handmade Addictive*, sehingga hal itu mengakibatkan kurangnya minat beli ulang dari konsumen baru terhadap produk *Handmade Addictive* tersebut. Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Kekuatan Pengalaman Konsumen Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang pada *Handmade Addictive* Cibatu Kabupaten Sukabumi”**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti jelaskan di atas, diketahui bahwa adanya sebuah permasalahan yang muncul pada penurunan minat beli ulang dari konsumen yaitu pengalaman konsumen, dimana pada pengalaman tersebut bahwa belum sepenuhnya konsumen merasakan pengalaman yang positif saat sudah mengonsumsi produk Handmade yang dimana pada pengalaman yang dirasakan oleh konsumen bahwa produk dari toko Handmade ini jenis dan tipe setiap item dari produk tersebut kurang menarik perhatian untuk para konsumen, sehingga konsumen yang sudah pernah menggunakan produk tersebut tidak mereferensikan kembali produk toko tersebut kepada konsumen lain dimana hal ini membuat konsumen tidak percaya terhadap produk dari toko tersebut dikarenakan konsumen tidak mempunyai informasi yang jelas dari produk Handmade Addictive, sehingga hal itu mengakibatkan kurangnya minat beli ulang dari konsumen baru terhadap produk Handmade Addictive tersebut

Sebagai upaya yang dilakukan oleh pihak manajemen toko adalah untuk memperhatikan lagi segala kualitas produk yang akan dijual kepada konsumen serta harus lebih memperhatikan lagi segala hal yang bisa memenuhi keinginan konsumen. Oleh karena itu, peneliti mengidentifikasi masalah “Kekuatan pengalaman konsumen dan kepercayaan terhadap minat beli ulang pada toko *Handmade Addictive*”.

1.2.2 Rumusan Masalah

Peneliti mrumuskan beberapa masalah berdasarkan latar belakang penelitian diatas. Rumusan masalah yang ditemui yaitu sebagai berikut:

1.2.1.1 Bagaimana gambaran pengalaman konsumen, kepercayaan dan minat beli ulang pada *Handmade Addictive* Cibatuk Kabupaten Sukabumi ?

1.2.1.2 Bagaimana pengaruh pengalaman konsumen terhadap minat beli ulang pada *Handmade Addictive* Cibatuk Kabupaten Sukabumi?

1.2.1.3 Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap minat beli ulang pada *Handmade Addictive* Cibatuk Kabupaten Sukabumi?

1.2.1.4 Bagaimana pengaruh pengalaman konsumen dan kepercayaan terhadap minat beli ulang pada *Handmade Addictive* Cibatuk Kabupaten Sukabumi?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah:

1.3.1.1 Untuk mengetahui gambaran pengalaman konsumen, kepercayaan dan minat beli ulang pada *Handmade Addictive* Cibatuk Kabupaten Sukabumi

1.3.1.2 Untuk mengetahui pengaruh pengalaman konsumen terhadap minat beli ulang pada *Handmade Addictive* Cibatuk Kabupaten Sukabumi

1.3.1.3 Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat beli ulang pada *Handmade Addictive* Cibatuk Kabupaten Sukabumi

1.3.1.4 Untuk mengetahui pengaruh pengalaman konsumen dan kepercayaan terhadap minat beli ulang pada *Handmade Addictive* Cibatuk Kabupaten Sukabumi

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1.3.2.1 Kegunaan Teoritis

Dari penelitian ini, peneliti berharap dari hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi ilmu pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai bahan kajian lebih lanjut dan dapat memberikan kontribusi baik dalam segi pemikiran, ilmu pengetahuan mengenai kekuatan pengalaman konsumen dan kepercayaan terhadap minat beli ulang pada toko *Handmade Addictive*, sebagai bentuk pengaplikasian dan ilmu-ilmu yang telah didapatkan pada Program Studi Administrasi Bisnis.

1.3.2.2 Kegunaan Praktis

Dari hasil penelitian ini, peneliti berharap selain berguna dan bermanfaat bagi kepentingan penulisan, juga berharap dapat bermanfaat bagi perusahaan yang menjadi objek penelitian. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.3.2.3 Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan serta pengetahuan tentang ilmu perilaku konsumen dari sudut pandang pengalaman konsumen dan kepercayaan terhadap minat beli ulang. Sebagai tugas Mata Kuliah Konstruksi Perilaku Konsumen di Semester VII Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Muhammadiyah Sukabumi. Penelitian ini juga dapat dimanfaatkan untuk melakukan penelitian-penelitian dimasa yang akan datang.

1.3.2.4 Bagi Perusahaan

Sebagai sarana informasi yang bersifat untuk membangun bagi perusahaan serta memberikan ide pemikiran serta masukan pada perusahaan dalam

menghadapi permasalahan yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh kekuatan pengalaman konsumen dan kepercayaan terhadap minat beli ulang.

1.3.2.5 Bagi Pihak-pihak lain

Peneliti berharap, penelitian ini dapat dijadikan tambahan referensi dan dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan bagi pembaca yang akan melakukan penelitian di bidang perilaku konsumen.

1.4 Lokasi dan Lamanya Penelitian

1.4.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang di ambil oleh peneliti yaitu pada toko *Handmade Addictive*, beralamat di Jl. Raya Cibatu Kecamatan Cisaat, Sukabumi, Jawa Barat 43152.

1.4.2 Lamanya Penelitian

Jadwal rencana usulan penelitian yang dilakukan penulis selama kurang lebih enam bulan, terhitung dari bulan Oktober 2018 sampai dengan Maret 2019. Sampai saat ini masih dalam tahap penjajagan dan pengumpulan data. Adapun rencana rincian kegiatan dan waktu pelaksanaanya adalah sebagai berikut:

