

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis mengalami banyak kemajuan, hal ini menyebabkan persaingan yang semakin ketat dan berkembang (Widiaswara & Sutopo, 2017). Setiap kegiatan usaha pada dasarnya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal guna mempertahankan keberadaan perusahaan. Kondisi ini membuat para pengusaha harus berusaha menempatkan produknya di benak konsumen, dengan menciptakan dan mempertahankan bisnis yang dimiliki. Pasar yang semakin dinamis mengharuskan para pelaku bisnis untuk terus menerus berimprovisasi dan berinovasi dalam mempertahankan para pelanggannya. Perusahaan harus memiliki strategi yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen untuk mendorong minat beli ulang agar mendapatkan keuntungan. Proses pengambilan keputusan pada semua orang pada dasarnya itu sama yaitu melihat dari kualitas produk dan harga, hanya saja proses pengambilan keputusan tersebut dengan mempertimbangkan selera, kepribadian dan usia sebagai faktor-faktor lain yang mempengaruhi pengambilan keputusan tersebut sehingga akan muncul minat beli ulang. Keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada didalam kumpulan pilihan (Kotler & Keller, 2016).

Seiring dengan kemajuan teknologi dan tren olahraga, dunia bisnis sepatu dan perlengkapan olahraga merupakan salah satu bisnis yang saat ini

mengalami perubahan dan perkembangan yang begitu pesat. Konsumen menuntut suatu produk yang sesuai dengan selera, kebutuhan, dan daya beli mereka. Kondisi ini dimanfaatkan oleh perusahaan-perusahaan untuk bersaing memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen yang semakin kompleks dengan tujuan agar produknya menjadi *top brand* (merek terkenal) di kalangan masyarakat. Produksi sendiri diartikan sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Firmansyah, 2019). Maka dari itu, hampir semua yang termasuk hasil produksi adalah benda nyata yang dapat dilihat, diraba, dan dirasakan. Karena produk adalah benda riil, maka jenisnya cukup banyak.

Salah satu toko yang bergerak di bidang retail produk yang menjual barang-barang untuk kebutuhan olahraga adalah Toko Bolamania yang terletak di pusat Kota Gresik. Toko Bolamania ini menjual berbagai macam barang untuk kebutuhan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dan perlengkapan olahraga dan merupakan golongan toko yang sudah lama berdiri dan diakui oleh masyarakat sekitar di Kota tersebut. Faktor lokasi, kualitas produk, dan harga merupakan beberapa faktor yang menjadi pertimbangan utama konsumen saat akan membeli suatu produk seperti kemudahan mengakses lokasi, kualitas produk yang ditawarkan baik hingga kesesuaian harga menjadi faktor-faktor tambahan.

Dalam menjalankan suatu bisnis yang bergerak di bidang retail produk untuk kebutuhan olahraga, lokasi adalah salah satu hal yang penting. Faktor

lokasi juga mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan pembelian. Memilih lokasi yang terletak dikeramaian atau mudah dijangkau oleh konsumen dapat dijadikan sebagai salah satu strategi yang dilakukan oleh pemilik usaha. Lokasi yang strategis merupakan bagian yang sangat penting dalam strategi pemasaran, dengan adanya lokasi strategis maka usaha dan bisnis akan mengalami kemajuan karena mudah dijangkau dan tempat tersebut sangat cocok untuk jenis usaha yang didirikan (Memah et al, 2015). Lokasi strategis yang sesuai dengan target pasar dan juga akses untuk ke lokasi yang dekat dari gedung olahraga akan sangat membantu perusahaan mencapai tujuannya terutama untuk meningkatkan minat beli ulang konsumen di toko Bolamania sehingga mendapatkan keuntungan yang maksimal.

Hal lain yang dapat memicu konsumen untuk membeli ulang peralatan dan perlengkapan olahraga yang ditawarkan toko tersebut adalah lokasi tempat usaha yang menarik perhatian dan para calon pembeli juga mempertimbangkan jarak lokasi usaha dari tempat mereka.

Selain faktor lokasi, kualitas produk yang dipilih oleh toko Bolamania juga merupakan variabel yang sangat penting dalam strategi pemasaran. Produk yang paling banyak diminati adalah sepatu futsal, sepatu bola, dan perlengkapan olahraga lainnya seperti bola yang digunakan, pelindung kaki dan tangan. Persaingan yang terus berkembang membuat para pelaku usaha harus mendapatkan produk-produk dengan kualitas lebih baik dari para pesaing lain, sehingga perusahaan tersebut memiliki kelebihan tersendiri. Salah satu faktor yang membuat konsumen setia terhadap suatu toko retail barang adalah kualitas

produk yang ditawarkan, seperti produk-produk yang dinilai baik, banyak diminati banyak konsumen dan nyaman saat digunakan dengan harga yang tergolong terjangkau dikalangan masyarakat.

Penetapan harga jual juga sangat diperhitungkan untuk kelas konsumen yang akan menjadi sasaran. Ketika seseorang akan melakukan pembelian, hal yang sering diperhatikan adalah harga. Harga yang mahal dengan kualitas produk yang tidak seimbang akan berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen, sehingga mempengaruhi loyal atau tidaknya konsumen terhadap toko tersebut. Harga yang sesuai dengan produk yang dijual akan mempengaruhi minat beli ulang di toko bolamania. Toko bolamania sendiri menyediakan berbagai macam produk dengan kualitas yang bermacam juga, harga yang diberikan sesuai dengan kualitas produk masing- masing. Penentuan harga berkaitan langsung dengan pendapatan yang diterima oleh perusahaan, sehingga harga mempunyai peranan penting dalam bauran pemasaran. Konsumen merasa puas dengan harga yang ditetapkan jika harga yang harus dibayar tersebut sesuai dengan manfaat yang diterima atau dirasakan konsumen, sebaliknya jika harga terlalu tinggi namun manfaat yang dirasakan rendah maka konsumen akan kecewa untuk menggunakan produk tersebut (Kurniawati et al, 2019).

Tabel 1. 1 Persentase Penjualan Produk di Toko Bolamania Gresik

Jenis Produk	Persentase Penjualan (2022)
Pakaian Olahraga	55%
Sepatu Olahraga	30%
Peralatan Olahraga	5%
Perlengkapan Olahraga	5%
Lainnya	5%
Total %	100%

Sumber: data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan tabel di atas,

observasi yang peneliti lakukan di toko Bolamaniayang menjual beberapa produk untuk keperluan olahraga. Produk pakaian merupakan produk yang paling banyak diminati. Rata-rata konsumen yang datang ke toko Bolamania melakukan pembelian hingga banyak konsumen melakukan pembelian ulang untuk produk yang ditawarkan di toko tersebut. Hal ini membuatpeneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang tersebut. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang dan fenomena yang ada, peneliti mengambil judul penelitian **“Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Minat Beli Ulang pada Toko Bolamania Gresik”** sebagai judul dari penelitian ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, memiliki rumusan masalah yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat beli ulang pada Toko Bolamania Gresik?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang pada Toko

Bolamania Gresik?

3. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli ulang pada Toko Bolamania Gresik?
4. Apakah lokasi, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap minat beli ulang pada Toko Bolamania Gresik?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Hanya berfokus pada pengaruh faktor Lokasi (X1), Kualitas Produk (X2) dan Harga (X3) yang menjadi faktor-faktor terciptanya Minat Beli Ulang (Y) secara parsial dan simultan.
2. Penelitian ini bertempat di Toko Bolamania yang bertempat di kota Gresik Serta, penelitian ini hanya meneliti konsumen dan pelanggan toko Bolamania.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian yang ingin di capai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat beli ulang pada Toko Bolamania Gresik.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang pada Toko Bolamania Gresik.

3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli ulang pada Toko Bolamania Gresik.
4. Untuk mengetahui pengaruh lokasi, kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang pada Toko Bolamania Gresik.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Bolamania Gresik” yaitu:

1. Manfaat Teoritis/Akademis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan pengetahuan penulis serta berkontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, serta menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan perilaku konsumen dan keputusan pembelian.
 - b. Hasil yang diharapkan dalam penelitian ini adalah dapat memberikan informasi kepada mahasiswa mengenai informasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang konsumen.
 - c. Penelitian ini bermanfaat untuk melatih, meningkatkan, dan mengembangkan kemampuan berfikir ilmiah, dan metodologi penulis dalam menyusun suatu wacana baru dalam memperkaya ilmu pengetahuan khususnya ilmu manajemen pemasaran.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan atau rekomendasi bagi perusahaan agar dapat terus meningkatkan kualitas dari produknya.