

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Berkembangnya dunia usaha mewajibkan perusahaan untuk selalu melakukan perbaikan terhadap cara perusahaan melayani konsumen, memberikan fasilitas dan strategi dalam menghadapi persaingan. Banyaknya perusahaan yang menawarkan produk atau jasa membuat para konsumen memiliki banyak pilihan produk dan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka, dalam hal ini setiap perusahaan harus mampu menyediakan produk yang terbaik dan memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Faktor yang harus diperhatikan apabila perusahaan ingin semakin berkembang adalah dengan menjalin hubungan baik dengan pelanggan yang ada, jangan sampai pelanggan tersebut meninggalkan produk satu dan beralih ke produk lain.

Pemasaran bertujuan untuk membangun dan mempertahankan pelanggan yang dapat menguntungkan perusahaan. Pelanggan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Pelanggan merupakan aset yang dapat menentukan keberhasilan perusahaan, Usaha menciptakan dan mempertahankan pelanggan hendaknya menjadi prioritas yang lebih besar bagi perusahaan. Strategi yang tepat dapat menarik pelanggan hendaknya disusun secara cermat, agar pelanggan mau membeli produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Perkembangan industri rokok telah menjadi bagian sejarah bangsa dan budaya masyarakat di Indonesia.

Rokok elektrik atau vapor tengah naik pamor. Pada awal kemunculannya, vapor atau vape digambarkan sebagai pengganti rokok tembakau. Dalam perkembangannya, vapor menjadi gaya hidup atau trend, bahkan banyak beberapa data yang mengatakan rokok elektrik jauh lebih baik dari pada rokok tembakau.

Rokok elektronik atau vape adalah fenomena baru di dunia termasuk Indonesia. Kehadirannya dapat menjadi alternatif dalam upaya mengurangi bahaya rokok tanpa menghilangkan kebiasaan merokok. Vape tampaknya mampu menggantikan penampilan fisik dari aktivitas rokok dan merokok, terutama perilaku yang berkaitan erat dengan rangsangan indra. Rokok elektrik dianggap sebagai rokok yang lebih sehat dan ramah lingkungan dari pada rokok biasa. Kondisi yang berkembang saat ini bahwa yang mendorong sebagian masyarakat untuk menggunakan vape, dipicu oleh keinginan, ingin berhenti merokok tembakau. Fenomena ini didukung oleh hasil observasi kepada pecandu rokok yang beralih ke produk Vapor. Berikut ini adalah data hasil observasi kepada konsumen pecandu rokok yang beralih ke produk Vapor, dan tetap merokok.

Tabel I-1
Hasil Observasi Pada Toko U-ang Vapor Kebumen

No	Klasifikasi Pecandu Rokok dan Vapor	Jumlah Konsumen	Prosentase
1.	Konsumen Pecandu Rokok yang beralih ke Produk Vapor	27 Konsumen	77%
2.	Konsumen yang tetap merokok	8 Konsumen	23%
	Jumlah	35 Konsumen	100%

Sumber: *Toko U-ang Vapor Kebumen tahun 2023*

Berdasarkan hasil observasi kepada 35 konsumen yang membeli vapor, terdapat 27 konsumen pecandu rokok yang beralih ke produk Vapor, dan 8 konsumen yang belum bias beralih total tetap merokok meskipun membeli Vapor. Biasanya pengguna vape beranggapan lebih sehat dan aman bila menggunakan rokok elektrik dibandingkan rokok tembakau. Vape itu adalah alat bagi para perokok tembakau yang sudah kecanduan nikotin dan ingin berhenti dari kecanduan nikotin tersebut. Bukan berarti vape tidak mengandung nikotin, vape juga mengandung nikotin. Nikotin memang berbahaya bagi tubuh akan tetapi tar yang terkandung di dalam rokok tembakau tersebutlah yang lebih berbahaya dari nikotin. Disinilah perbedaan yang terdapat pada vape, rokok tembakau mengandung tar sedangkan vape tidak mengandung tar. Kandungan nikotin pada rokok tembakau lebih berbahaya karena penyerapan nikotin dengan teknik penguapan pada vape hanya persepuluh dari penyerapan nikotin dengan teknik pembakaran pada rokok tembakau.

Peredaran rokok elektronik secara global saat ini tengah melambung. Peredarannya tersebar luas terutama di negara-negara berkembang, terutama di kalangan anak-anak dan remaja. Peminat rokok elektronik Vape secara dahsyat meningkat tajam yang diindikasikan dengan menjamurnya para penjual vape, baik di gerai-gerai maupun di toko online. Menjamurnya bisnis Vape membuat peneliti tertarik dengan fenomena tersebut, karena masih banyak yang pro dan kontra antara pecandu rokok non elektrik mengenai kehadiran produk Vape. Berdasarkan observasi terdapat beberapa usaha

Vapor sejenis yang terletak di wilayah Kebumen. Berikut ini adalah data competitor yang menunjukkan ketatnya persaingan bisnis Vapor diKebumen.

Tabel I-2
Data Kompetitor Toko U-ang Vapor Kebumen

No	Nama Toko
1.	More Vapor Kebumen
2.	Joker Vape Store
3.	Daily Vape
4.	58 Vape Store
Jumlah	

Sumber: *Observasi Usaha Vapor diKebumen tahun 2023*

Berdasarkan hasil observasi terdapat 4 nama toko yang menjadi pesaing ketat toko U-ang Vapor di Kebumen. Keempat toko tersebut bukan merupakan jumlah total usaha Vapor yang berada di Kebumen. Masih banyak lokasi-lokasi toko bisnis Vapor lainnya di Kebumen yang berada jauh dari lokasi U-ang Vapor. Fenomena ini menjadi bukti ketatnya persaingan usaha dibidang Vapor. Ketatnya persaingan bisnis penjualan Vape, membuat peneliti tertarik untuk mengkaji dan meneliti lebih dalam lagi faktor apa saja yang diterapkan pengusaha Vape untuk mempertahankan konsumennya, dan meningkatkan minat beli ulang produk pada produk Vape. Fenomena ketatnya persaingan bisnis didunia Rokok Elektrik (Vape), pengusaha harus berusaha yang terbaik dan berinovasi untuk terus memberikan pelayanan yang baik kepada setiap pelanggannya. Upaya ini harus dilakukan guna mempertahankan pelanggan dan meningkatkan konsumen untuk minat beli ulang pada Toko Uang Vapor Kebumen. Uang Vapor merupakan toko penjualan Vape, isi ulang, dan berbagai macam kelengkapan mengenai Vape.

Toko U-ang Vapor Kebumen terletak di Jalan Pemuda PasarPari Panjer Kebumen.

Berdasarkan observasi pada Toko U-ang Vapor di Kebumen mampu mempertahankan pelanggan lamanya dan meningkatkan minat beli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen. Fenomena ini dapat dilihat dari data omset pada Toko U-ang Vapor Kebumen. Berikut ini adalah data omset hasil observasi pada Toko U-ang Vapor Kebumen.

Tabel I-3
Omset Tahun 2019-2021 Toko U-ang Vapor Kebumen

No	Tahun	Omset	Kenaikan Omset	Keterangan
1.	2019	Rp.252.350.000		
2.	2020	Rp.288.650.000	Rp.36.300.000	Peningkatan Omset
3.	2021	Rp.348.900.000	Rp.60.250.000	Peningkatan Omset

Sumber: Toko U-ang Vapor Kebumen tahun 2023

Berdasarkan tabel hasil omset menunjukkan Toko U-ang Vapor Kebumen mengalami peningkatan omset, fenomena ini dapat dilihat dari tabel penjualan yaitu pada Tahun 2020 Toko U-ang Vapor Kebumen memperoleh peningkatan omset penjualan sebesar Rp.36.300.000. Tahun 2021 Toko U-ang Vapor Kebumen mengalami kenaikan omset penjualan sebesar Rp.60.250.000. Fenomena tersebut dapat diduga ada beberapa hal yang menyebabkan Toko U-ang Vapor Kebumen mengalami peningkatan omset penjualan, salah satunya yaitu meningkatkan minat membeli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen.

Minat merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap sikap perilaku dan minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa

yang mereka lakukan. Menurut Kotler (2015:141), Tindakan konsumen pasca pembelian, terjadinya kepuasan atau ketidakpuasan pasca pembelian konsumen terhadap suatu produk akan mempengaruhi perilaku selanjutnya, jika konsumen puas maka akan menunjukkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli kembali produk tersebut. Konsumen yang merasakan puas terhadap produk atau jasa pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen akan muncul minat membeli ulang kembali terhadap produk atau jasa pelayanan yang sesuai dengan harapannya akan cenderung minat membeli ulang terhadap produk atau jasa pelayanan yang konsumen rasakan, begitu juga sebaliknya jika yang dirasakan konsumen tidak sesuai dengan apa yang diharapkan maka konsumen akan merasa kecewa dan enggan untuk membeli kembali.

Menurut Hasan (2018:131), minat beli ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan dimasa lalu. Berdasarkan hasil data observasi mengenai peningkatan omset penjualan, diduga karena Toko Uang Vapor Kebumen mengalami peningkatan konsumen dalam minat membeli ulang pada Toko pada Toko Uang Vapor Kebumen. Berikut ini adalah data hasil observasi konsumen yang melakukan minat beli ulang pada Toko Uang Vapor Kebumen.

Tabel I-4
Konsumen yang Melakukan Pembelian Ulang Pada Toko U-ang Vapor Kebumen dengan Kriteria Batasan Umur Minimal 18 Tahun

No	Tahun	Konsumen Lama Melakukan Pembelian Ulang	Konsumen Baru
1.	2019	61%	39%
2.	2020	69%	31%
3.	2021	85%	15%

Sumber: Toko U-ang Vapor Kebumen *tahun 2023*

Tabel diatas menunjukkan Toko U-ang Vapor Kebumen mengalami peningkatan dalam minat membeli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen, hal ini dapat dilihat pada tabel diatas konsumen lama pada tahun 2019 yang minat membeli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen sebesar 61% sedangkan konsumen baru sebesar 39%. Tahun 2020 konsumen lama yang minat membeli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen sebesar 69% sedangkan konsumen baru sebesar 31%. Tahun 2021 konsumen lama yang minat membeli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen sebesar 85% sedangkan konsumen baru sebesar 15%.

Berdasarkan fenomena mengenai meningkatnya konsumen yang minat membeli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen, maka peneliti melakukan observasi lebih lanjut mengenai faktor apa saja yang diduga mampu mempengaruhi minat membeli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen dengan sampel 35 konsumen. Berikut ini adalah data hasil observasi kepada 35 konsumen mengenai alasan mengapa konsumen minat membeli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen.

Tabel I-5
Hasil Observasi Pada Toko U-ang Vapor Kebumen

No	Variabel	Jumlah Jawaban Responden	Prosentase
1.	Keragaman Produk	13 Responden	37%
2.	Kualitas Pelayanan	10 Responden	29%
3.	Lokasi	9 Responden	26%
4.	Kualitas Produk	3 Responden	8%
Jumlah		35 Responden	100%

Sumber: *Toko U-ang Vapor Kebumen tahun 2023*

Berdasarkan hasil observasi kepada 35 konsumen yang minat membeli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen, menunjukkan hasil faktor yang diduga mempengaruhi tingkat minat membeli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen karena keragaman produk sebanyak 37%. Konsumen yang minat membeli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen karena kualitas pelayanan sebanyak 29%. Konsumen yang minat membeli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen karena lokasi 26%. Konsumen yang minat membeli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen karena kualitas produk sebanyak 8%.

Banyak faktor yang diduga mempengaruhi minat membeli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen, sehingga Toko U-ang Vapor mampu mempertahankan pelanggan lamanya dan meningkatkan minat beli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen. Berdasarkan hasil observasi faktor yang diduga mempengaruhi minat beli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen yaitu keragaman produk pada Toko U-ang Vapor Kebumen. Menurut Kotler (2015:358), keragaman produk adalah kumpulan produk dan barang yang ditawarkan perusahaan untuk dijual oleh penjual tertentu. Berdasarkan

definisi tersebut, maka dapat dikaitkan pada fenomena keragaman produk yang disediakan oleh Toko U-ang Vapor Kebumen.

Toko U-ang Vapor Kebumen menyediakan berbagai macam produk kelengkapan Vape dari merek dan peralatan yang tersedia, seperti mesin dan liquidnya. Berikut ini adalah daftar keanekaragaman produk yang tersedia pada Toko U-ang Vapor Kebumen.

Tabel I-6
Jenis Keragaman Mesin dan Liquid Pada Toko U-ang Vapor Kebumen

No	Mesin	Liquid
1.	Smoant Charon 218W	Oats Drips
2.	Tesla Invader 3	Liquid Suck
3.	Voopoo Drag	Bad Bunny
4.	Wismec Reuleaux	Whale Dream
5.	Tesla WYE 200W	Susmama
6.	Geekvape Aegis	Lunar Hexohm
7.	Vandy Vape Pulse Squonk	American Breakfast
8.	Vapor Storm Puma 200W	Wafle
Jumlah	8	8

Sumber: *Toko U-ang Vapor Kebumen tahun 2023*

Berdasarkan data keragaman produk yang disediakan Toko U-ang Vapor Kebumen menunjukkan bahwa Toko U-ang Vapor Kebumen menyediakan keragaman produk yang lengkap. Fenomena keragaman produk yang disediakan Toko U-ang Vapor Kebumen diduga mampu mempengaruhi konsumen dalam minat beli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen. Fenomena ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lestari (2017), hasil penelitian membuktikan bahwa keragaman produk berpengaruh terhadap minat beli ulang. Selain fenomena keragaman produk, faktor yang diduga mempengaruhi minat beli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen berdasarkan hasil observasi yaitu kualitas pelayanan.

Menurut Tjiptono (2014: 268), kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain, terdapat dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu pelayanan yang diharapkan (*expected service*) dan pelayanan yang dipersepsikan (*perceived service*). Tahap pelayanan merupakan tahapan yang berinteraksi secara langsung antara perusahaan dengan konsumen sehingga dapat menciptakan suatu pengalaman yang berkesan bagi konsumen. Kualitas pelayanan merupakan salah satu elemen penting yang menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk. Fenomena kualitas pelayanan pada Toko U-ang Vapor Kebumen selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumennya. Bentuk dari kualitas pelayanan yang diberikan Toko U-ang Vapor Kebumen salah satunya yaitu memberikan garansi produk, serta didukung oleh pelayanan *after sales service* (servis dan sparepart) jika produk yang dibeli mengalami kerusakan atau membutuhkan sperpat yang berkualitas dari Toko U-ang Vapor Kebumen.

Selain fasilitas pelayanan yang ditawarkan oleh Toko U-ang Vapor Kebumen, karyawan Toko U-ang Vapor Kebumen juga selalu meberikan pelayanan yang responsive, sopan, ramah, dan karyawan menguasai setiap produk yang ditawarkan dalam menjawab pertanyaan konsumen mengenai produk yang diinginkan. Fenomena kualitas pelayanan ini, diduga mampu mempengaruhi konsumen dalam minat beli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen. Fenomena ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang

dilakukan oleh Ekaprana (2020), hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli ulang. Selain keragaman produk dan kualitas pelayanan, faktor yang diduga mempengaruhi minat beli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen berdasarkan observasi yaitu lokasi.

Lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen dan dekat dengan pusat keramaian merupakan lokasi yang tepat untuk suatu usaha. Menurut Tjiptono (2015:345), lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Sebelum seseorang atau sekelompok orang memutuskan untuk membeli, mereka juga akan mempertimbangkan lokasi tempat yang nyaman dan mudah untuk dikunjungi. Lokasi Toko U-ang Vapor Kebumen berada di pinggir pada jalur pusat keramaian dan jalur pusat kota Kebumen sehingga konsumen tidak kesulitan untuk menemukan letak Toko U-ang Vapor Kebumen. Toko U-ang Vapor Kebumen memiliki lokasi yang strategis, nyaman, mudah dikunjungi konsumen, dan memiliki area parkir didepan yang luas sehingga memudahkan konsumen untuk berkunjung pada Toko U-ang Vapor Kebumen.

Lokasi merupakan faktor yang diduga berpengaruh dalam usaha untuk meningkatkan minat beli ulang. Fenomena lokasi pada Toko U-ang Vapor Kebumen diduga mampu mempengaruhi konsumen dalam minat beli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen. Fenomena ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Menurut penelitian yang dilakukan oleh

Hidayat (2019), hasil penelitian membuktikan faktor lokasi mempunyai pengaruh atau hubungan yang positif untuk meningkatkan minat beli ulang.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen (Konsumen Pada Toko U-ang Vapor Kebumen)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian fenomena penelitian latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas untuk mengetahui pengaruh keragaman produk, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap minat membeli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen, maka peneliti merumuskan masalah pertanyaan yang akan dikaji pada penelitian ini antara lain:

1. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap minat beli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat beli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen?
4. Apakah keragaman produk, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap minat beli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen?

1.3 Batasan Penelitian

Pembatasan masalah tidak menyimpang dari tujuan penelitian, maka penulis menetapkan batasan masalah sebagai berikut:

1. Minat Beli Ulang

Menurut Hasan (2018), minat beli ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukannya dimasa lalu.

Menurut Hasan (2018), minat beli ulang dibatasi pada indikator sebagai berikut:

- a. Minat Transaksional
- b. Minat referensial
- c. Minat preferensial
- d. Minat eksploratif.

2. Keragaman Produk

Menurut Kotler (2015:358), keragaman produk adalah kumpulan produk dan barang yang ditawarkan perusahaan untuk dijual oleh penjual tertentu.

Menurut Philip Kotler (2015:364), keragaman produk dibatasi pada indikator sebagai berikut:

- a. Variasi merek produk
- b. Variasi kelengkapan produk
- c. Variasi ukuran produk

d. Variasi kualitas produk.

3. Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2016:156), kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakter suatu produk atau pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.

Menurut Tjiptono (2016:284), kualitas pelayanan dibatasi pada indikator sebagai berikut:

- a. Reliabilitas (*reliability*).
- b. Daya Tanggap (*Responsiveness*).
- c. Jaminan (*Assurance*).
- d. Empati (*Empathy*).
- e. Bukti Fisik (*Tangible*).

4. Lokasi

Menurut Tjiptono (2015: 345), lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.

Menurut Tjiptono (2015: 92) lokasi dibatasi pada indikator sebagai berikut:

- a. Akses
- b. Visibilitas
- c. Lalulintas
- d. Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman

- e. Ekspansi
- f. Lingkungan
- g. Kompetisi yaitu lokasi pesaing,
- h. Peraturan pemerintah.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini untuk:

1. Mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap minat beli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat beli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen.
4. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan keragaman produk, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap minat beli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya Manajemen Pemasaran terutama bagi

akademisi yang ingin menganalisis pengaruh keragaman produk, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap minat beli ulang.

1.5.2. Manfaat Praktis

Bagi pihak manajemen Toko U-ang Vapor Kebumen diharapkan penelitian ini dapat memberi informasi dan masukan, sehingga lebih memperhatikan faktor-faktor yang dapat meningkatkan minat beli ulang pada Toko U-ang Vapor Kebumen, seperti faktor keragaman produk, kualitas pelayanan, dan lokasi.

