

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha dan kepuasan bisnis yang semakin kompetitif seiring pertumbuhan perekonomian dan teknologi yang semakin pesat dalam era globalisasi menuntut pelaku usaha bekerja lebih keras untuk meningkatkan usahanya, mengembangkan inovasi dan melakukan perluasan usaha agar dapat terus bertahan dan bersaing untuk mencapai kemajuan suatu usaha. Masalah utama didalam mengembangkan suatu usaha adalah tingkat kepuasan di dunia usaha itu sendiri, banyak pelaku usaha yang menjalankan usaha dengan jenis dan produk yang sama. AA merupakan suatu usaha yang tidak hanya berbentuk mini market namun di Cikampak juga terdapat Fotocopy AA yang merupakan usaha dengan pemilik yang sama.

Pada saat sekarang ini, salah satu jenis usaha yang banyak ditemukan di berbagai tempat dengan jenis usaha yang sama adalah jenis usaha yang menyediakan berbagai jenis kebutuhan didalam, sehingga konsumen bisa mendapatkan berbagai jenis barang hanya berada di satu tempat perbelanjaan. Mini market menjadi salah satu pilihan konsumen untuk berbelanja, maraknya jenis usaha sejenis seperti indomaret dan alfamidi membuat jenis usaha mini market memiliki kepuasan yang begitu ketat dikarenakan kepercayaan konsumen lebih besar ke perbelanjaan yang lebih dikenal.

Mini market AA Cikampak menjadi salah satu usaha mini market yang sudah lama berdiri di Kota Cikampak, mini market ini sudah memiliki banyak

konsumen sehingga usaha ini sudah menjadi salah satu usaha yang cukup dikenal dan menjadi pilihan konsumen didalam menentukan suatu perbelanjaan, akan tetapi tinggi nya tingkat kepuasan membuat usaha mini market AA Cikampak harus mampu bersaing dengan jenis usaha yang sejenis didalam melakukan peningkatan usaha.

Data pengunjung Mini market AA

Oktober - Desember

Jumlah konsumen perminggu	Bulan		
	Oktober	November	Jumlah
Minggu ke 1	210	200	410
Minggu ke 2	340	220	760
Minggu ke 3	230	240	470
Minggu ke 4	300	289	589
Jumlah			2.029

Sumber : Data penelitian (2023)

Didalam kemajuan suatu usaha, minat beli adalah suatu gambaran ketertarikan konsumen terhadap usaha tersebut, dan minat beli ulang artinya adalah keputusan yang berulang-ulang di ambil untuk melakukan pembelian di tempat yang sama. Minat beli yang berulang-ulang menggambarkan tingkat loyalitas yang tinggi, konsumen yang kembali datang untuk melakukan menunjukkan bahwa konsumen tersebut merasa puas dan setia dengan satu tempat

usaha. Semakin tinggi suatu tingkat minat beli ulang maka akan semakin tinggi pula tingkat kemajuan suatu usaha.

Fenomena yang peneliti lihat mengenai minat beli ulang konsumen pada Mini market AA Cikampak adalah tingkat minat beli ulang konsumen masih belum sepenuhnya maksimal, hal ini terlihat dari terdapat konsumen yang datang namun tidak melakukan pembelian, terdapat konsumen yang memberikan penilaian bahwa keragaman produk lebih banyak di tempat yang lain, hal lain yang terlihat adalah terdapat konsumen yang memberikan keluhan bahwa tingkat kualitas produk pada Mini market AA Cikampak kurang baik, Mini market AA Cikampak selalu berusaha menjaga kualitas dan menjaga minat beli konsumen agar terus baik. Namun, permasalahan tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat permasalahan mengenai minat beli ulang konsumen.

Peneliti menilai bahwa permasalahan mengenai minat beli ulang dipengaruhi oleh beberapa hal diantaranya adalah bagaimana kepercayaan konsumen terhadap suatu tempat atau suatu produk, bagaimana kepuasan yang didapatkan oleh konsumen, dan bagaimana lokasi yang digunakan untuk menarik minat beli konsumen.

Peneliti menilai bahwa kepercayaan menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan minat beli ulang seorang konsumen. Konsumen yang cenderung percaya dengan suatu produk dan tempat usaha akan senantiasa kembali ketempat yang sama, kepercayaan konsumen menjadi salah satu hal yang harus diperhatikan. Kepercayaan yang baik akan memberikan dampak yang baik pula bagi kemajuan suatu usaha, peneliti menilai bahwa mini market AA selalu

berusaha untuk menjaga kepercayaan konsumen salah satunya adalah dengan memperhatikan kualitas produk yang mereka jual.

Selain memperhatikan kepercayaan Kepuasan konsumen juga merupakan salah satu hal yang harus menjadi perhatian, konsumen dengan tingkat kepuasan yang baik akan memiliki minat beli ulang yang baik. Mini market AA Cikampak selalu berusaha menjaga kepuasan konsumen yang datang, kepuasan konsumen menjadi perhatian khusus Mini market AA Cikampak, mini market AA selalu berusaha memperhatikan kenyamanan konsumen pada saat berbelanja, salah satunya adalah dengan menyediakan tempat duduk bagi konsumen yang sedang berbelanja dan selalu memberikan pelayanan yang baik agar konsumen yang datang memiliki kepuasan yang baik.

Minat beli ulang konsumen juga memperhatikan letak Lokasi usaha, lokasi adalah cara pemasaran yang digunakan oleh pelaku usaha untuk memperkenalkan produk mereka sehingga dapat mempengaruhi minat beli ulang konsumen, lokasi mencakup bagaimana seorang pelaku usaha didalam melakukan pemasaran terhadap produk yang ditawarkan. Peneliti menilai bahwa lokasi mini market AA memiliki lokasi usaha yang strategis, berada di jalan lintas membuat usaha ini menjadi mudah untuk ditemukan, hal ini tentu saja menjadi nilai tersendiri bagi peningkatan minat beli seorang konsumen.

Dari penjabaran fenomena di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Mini Market Aa Cikampak”**.

B. Batasan dan Perumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan yang meluas dan agar lebih terarah maka penulis membatasi masalah dalam penulisan ini yaitu pembahasan mengenai Kepercayaan konsumen, Kepuasan Dan Lokasi dan Minat Beli Ulang Konsumen Pada Mini market AA Cikampak.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen di Mini market AA Cikampak?
2. Apakah kepuasan secara parsial berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen di Mini market AA Cikampak?
3. Apakah lokasi secara parsial berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen di Mini market AA Cikampak?
4. Apakah kepercayaan, kepuasan dan lokasi secara parsial berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen di Mini market AA Cikampak?

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen di Mini market AA Cikampak.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan secara parsial berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen di Mini market AA Cikampak.

3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi secara parsial berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen di Mini market AA Cikampak.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kepuasan dan lokasi secara parsial berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen di Mini market AA Cikampak.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Bagi peneliti, penelitian ini bertujuan untuk menambah wawasan peneliti mengenai objek penelitian, dan memberikan informasi mengenai hal-hal yang berhubungan dengan variabel penelitian.

2. Bagi Mini market AA Cikampak

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pelaku usaha untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat memberikan pengaruh terhadap minat beli konsumen.

3. Bagi Peneliti Lain

Bagi peneliti lain, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan variabel independent dan dependent dalam penelitian ini.

4. Kegunaan bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi memberikan sumbangan konseptual dalam rangka mengembangkan penelitian khususnya manajemen pemasaran.