

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Aluminium ditemukan pada tahun 1825 oleh *Hans Christian Oersted*. Baru diakui secara pasti oleh *F. Wohler* pada tahun 1827. Sumber unsur ini tidak terdapat bebas, biji utamanya adalah bauksit. Penggunaan aluminium antara lain untuk pembuatan kabel, kerangka kapal terbang, mobil, dan berbagai produk peralatan rumah tangga. Senyawanya dapat digunakan sebagai obat, penjernih air, fotografi, serta sebagai ramuan cat, bahan pewarna, ampelas dan permata sintesis (Sudira dan Sato.1992).

Aluminium merupakan logam berwarna putih keperakan yang lunak. Aluminium juga merupakan logam yang paling banyak terdapat di kerak bumi, dan unsur ketiga terbanyak setelah oksigen dan silikon. Aluminium terdapat di kerak bumi sebanyak kira-kira 8,07% hingga 8,23% dari seluruh massa padat dari kerak bumi, dengan produksi tahunan dunia sekitar 30 juta ton pertahun dalam bentuk bauksit dan bebatuan lain. Sulit menemukan aluminium murni di alam karena aluminium merupakan logam yang cukup reaktif. Jumlah yang banyak dan sifat yang reaktif tersebut menjadikan aluminium sebagai bahan baku untuk berbagai infrastuktur dalam suatu industri terutama dalam industri logam.

Industri aluminium adalah industri logam dasar terpenting selain industri tembaga serta besi dan baja yang dibutuhkan pada infrastruktur dan pendukung sektor industri lainnya. Kapasitas terpasang industri aluminium nasional pada tahun 2011 adalah sebesar 684 ribu ton pertahun. Konsumsi aluminium dalam negeri telah dipenuhi sebanyak 670 ribu ton pada tahun 2011. Konsumsi tersebut berasal dari produksi dalam negeri sebesar 287 ribu ton dan sisanya dari impor sebesar 383 ribu ton. Mengingat besarnya nilai impor tersebut, kementerian perindustrian terus berupaya mendorong pengembangan industri aluminium dalam negeri (Kemenprin, 2013).

Aluminium adalah logam ringan yang mempunyai ketahanan korosi yang baik dan hantaran listrik yang baik. Penggunaan aluminium di dunia permesinan dan industri untuk menunjang proses fabrikasi telah banyak diterapkan oleh berbagai perusahaan material. Aluminium digunakan dalam bidang yang luas, bukan hanya untuk peralatan rumah tangga tapi juga dipakai untuk keperluan material pesawat terbang, mobil, kapal laut dan konstruksi-konstruksi yang lain. Untuk mendapatkan peningkatan kekuatan mekanik, biasanya logam aluminium dipadukan dengan unsur Cu, Si, Mg, Ti, Mn, Cr, Ni, dan sebagainya. Aluminium di dapat dalam keadaan cair dengan elektrolisa, umumnya mencapai kemurnian hingga 99,85% berat, tetapi untuk mengolah biji logam menjadi aluminium memerlukan energi yang besar, sedangkan sumber biji aluminium semakin berkurang. Salah satu usaha untuk mengatasi hal ini adalah dengan melakukan daur ulang. Pada perusahaan pengecoran industri kecil kebanyakan tidak semua menggunakan bahan aluminium murni, tetapi memanfaatkan sekrap ataupun rijek

materials dari peleburan sebelumnya. Proses pengecoran dengan menggunakan bahan baku yang sebelumnya pernah dicor dinamakan remelting.

Aluminium adalah logam unsur yang secara luas digunakan di seluruh dunia untuk berbagai produk, banyak masyarakat yang menggunakan beberapa produk hasil dari aluminium setiap harinya. Produk berbahan aluminium juga digunakan di zaman yang modern inidengan bentuk yang minimalis dan sederhana. Untuk memenuhi kebutuhan ornamen ruangan orang sangat suka dengan yang minimalis, elegan serta modern. Oleh karena itu produk berbahan aluminium menawarkan beberapa pilihan produk seperti *Window* (Jendela), *Bathroom Door* (Pintu Kamar Mandi), *Shoe Cabinet* (Lemari Sepatu), *Kitchen Cabinet* (Lemari Alat Dapur). Semakin banyak yang menjual berbagai produk aluminium dipasaran, membuat konsumen memiliki berbagai macam pilihan sesuai dengan kebutuhannya masing-masing.

Aluminium banyak digunakan sebagai peralatan dapur, bahan konstruksi bangunan dan ribuan aplikasi lainnya dimana logam yang mudah dibuat dan kuat. Walau konduktivitas listriknya hanya 60% dari tembaga, tetapi aluminium bisa digunakan sebagai bahan transmisi karena ringan. Memproduksi bukan hanya untuk menghasilkan produk saja akan tetapi harus memperhatikan kualitas produk tersebut. Kualitas inilah yang nantinya akan membedakan produk yang dihasilkan dengan produk yang lainnya, maka dari itu mutu ini menjadi sangat penting. Pada dasarnya mutu adalah kreasi dan inovasi berkelanjutan yang dilakukan untuk menyediakan produk atau jasa yang melebihi atau melampaui harapan pelanggan, dalam usaha untuk terus memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka, maka dari

itu yang harus diperhatikan agar kualitas yang diberikan baik dan sesuai dengan keinginan dari pelanggan itu sendiri. Karena kepuasan yang diberikan kepada pelanggan lah yang akan membantu keberlangsungan usaha.

Menurut Kotler and Armstrong (2004:283) Suatu produk dapat dikatakan berkualitas apabila produk tersebut telah memenuhi delapan dimensi kualitas produk, inilah yang nantinya akan menentukan apakah produk tersebut berkualitas atau tidak. Kedelapan dimensi tersebut yaitu *Performance (Kinerja)*, *Feature (Fitur)*, *Reliability (Kehandalan)*, *Comformance (Kesesuaian)*, *Durability (Ketahanan)*, *Service (Perbaikan)*, *Aesthetic (Keindahan)*, dan *Quality (Kualitas)*. Produk yang mempunyai kualitas yang baik pasti akan memberikan kepuasan kepada konsumen. Akan tetapi produk yang berkualitas tersebut harus sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen. Jika produk tersebut tidak sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen, maka yang akan terjadi yaitu konsumen akan merasa tidak puas atau bahkan kecewa karena produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan harapan. Ketika konsumen merasa puas maka kemungkinan untuk melakukan pembelian kembali akan terjadi.

Konsumen sebagai sasaran pemasaran yang selalu menentukan sendiri apa yang hendak dibelinya, banyak faktor yang mempengaruhi konsumen untuk membeli. Faktor-faktor tersebut akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam menilai, memilih, dan membeli suatu produk. Perilaku konsumen merupakan suatu tindakan nyata konsumen yang dipengaruhi oleh banyak faktor yang mengarahkan mereka untuk membeli. Perilaku konsumen menilai suatu produk dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain keyakinan terhadap produk

yang bersangkutan. Berkaitan dengan keinginan konsumen untuk membeli dikenal dengan istilah minat beli. Minat beli merupakan bagian dari proses menuju kearah pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

Apabila konsumen menginginkan bentuk yang berbeda dari biasanya maka konsumen dapat memesan terlebih dahulu dengan catatan bahwa harga akan lebih mahal dari produk yang sudah jadi. Produk aluminium yang di pasarkan ini mempunyai *brand* (merk) yang berbeda-beda dan juga mempunyai bentuk, warna, dan motif yang berbeda pula sehingga membuat rumah anda terkesan cantik dan mewah. Selain itu untuk memenuhi kebutuhan produk aluminium itu sendiri dibutuhkan peralatan yang lengkap sehingga produk tersebut dapat di pasang sesuai dengan yang diinginkan.

Kualitas produk merupakan salah satu aset utama sebuah usaha untuk dapat bertahan dalam penjualan produk berbahan aluminium. Jika kualitas produk yang diharapkan oleh konsumen tidak terpenuhi dari suatu produk, maka konsumen akan beralih ke produsen lain yang lebih menjanjikan kualitas yang diharapkan. Menurut *American Society for quality control* yang dikutip oleh Kotler dan Keller (2009:143) bahwa kualitas adalah “totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan” Bagi seorang usahawan yang tidak memperhatikan kualitas dari produknya harus menanggung tidak loyalnya konsumen terhadap produk tersebut yang mengakibatkan penjualan dari produk akan mengalami penurunan.

Sedangkan menurut Zeithaml dan Bitner (2000:75) Definisi kepuasan pelanggan adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atas produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumen.

Ennew et al (2000) yang dikutip Harsasi (2006) mengatakan bahwa WOM adalah bentuk komunikasi secara verbal (baik positif maupun negatif) diantara kelompok orang-orang seperti jumlah pengguna alat komunikasi, penyedia produk, para ahli, keluarga, teman, konsumen aktual dan konsumen potensial.

Word Of Mouth atau WOM yaitu suatu komunikasi interpersonal tentang produk diantara pembeli dan orang-orang di sekitarnya (Kotler, 2001). *Word Of Mouth* bahkan memiliki tingkat dampak yang lebih besar dibandingkan dengan informasi tertulis sebagaimana diungkap oleh Herr (1991) dalam Baskoro (2007).

Word Of Mouth menjadi salah satu sistem pemasaran yang paling efektif karena tidak perlu memerlukan banyak biaya, bisa dilakukan siapa saja dan mempunyai tingkat kepercayaan cukup tinggi terhadap calon konsumen. Hal itu bisa disebabkan karena pengalaman seseorang yang diceritakan kepada orang lain yang belum pernah menggunakan sebuah produk sebelumnya, yang dapat digunakan sebagai sarana iklan tidak langsung kepada orang yang belum pernah menggunakan sebuah produk.

Aluminium lebih di minati dari mebel pada bagian luar ruangan karena tidak di makan usia dan tidak gampang rayapan, Sedangkan pada bagian dalam ruangan, mebel tidak kalah di minati karena bentuk nya yang unik dan cantik.

Puas atau tidaknya konsumen terhadap penjualan aluminium dapat di ukur dari produk yang di hasilkan, perawatan yang mudah dan harga yang terjangkau membuat produk berbahan aluminium di minati semua kalangan. Bentuk yang unik dan harga yang lebih mahal membuat produk berbahan mebel di minati kalangan menengah ke atas.

WOM dapat di ukur dari pemberian informasi secara individu maupun kelompok. Sisi positif aluminium, bentuk yang sederhana dan awet membuat aluminium di minati konsumen. Sisi positif mebel, bentuk yang indah dan mewah membuat mebel di minati konsumen. Sisi negatif aluminium, bahan aluminium yang jelek membuat peminatnya berkurang. Sisi negatif mebel, bahan mebel yang jelek membuat peminatnya berkurang..

Dari latar belakang masalah tersebut maka akan dilakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, kepuasan konsumen dan WOM terhadap minat beli kembali produk berbahan aluminium.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas dapat diketahui rumusan masalah yang akan diteliti, yaitu :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli kembali produk berbahan aluminium?

2. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap minat beli kembali produk berbahan aluminium?
3. Apakah WOM berpengaruh terhadap minat beli kembali produk berbahan aluminium?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah di atas, maka dapat diketahui tujuan dari adanya penelitian ini adalah :

1. Untuk membuktikan apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli kembali produk berbahan aluminium.
2. Untuk membuktikan apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap minat beli kembali produk berbahan aluminium.
3. Untuk membuktikan apakah WOM berpengaruh terhadap minat beli kembali produk berbahan aluminium.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan di harapkan dapat memberikan manfaat untuk beberapa pihak, antara lain :

1. Bagi Pengusaha.
Diharapkan untuk memperbaiki kebijakan apa yang akan dilakukan selanjutnya untuk meningkatkan penjualan kembali.

2. Bagi penelitian selanjutnya.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu menjadi referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya tentang kualitas produk terhadap minat beli konsumen.

3. Bagi penulis.

Sebagai bahan perbandingan antara teori yang diberikan dibangku kuliah dengan kenyataan yang ada dilapangan (perbandingan antara teori dan praktek).

E. Sistematika Penulisan

Secara garis besar, isi kelima bab dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab I ini akan dikemukakan mengenai latar belakang masalah, penelitian – penelitian terdahulu, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab II ini akan membahas teori apa saja yang mendukung atau pendapat dari para ahli yang dapat menjadi dasar di lakukan nya penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab III ini akan membahas jenis penelitian yang dilakukan dan langkah – langkah yang dilakukan dalam mengumpulkan data, mendefinisikan variabel penelitian dan cara menganalisa penelitian.

BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab IV ini akan menyimpulkan yang di peroleh dari data – data primer yang kemudian akan dihubungkan dengan teori yang mendukung.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab V ini akan mengemukakan kesimpulan yang dapat di ambil dari hasil penelitian dan berusaha memberikan saran atas penelitian yang telah dilakukan.