

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring terjadinya peningkatan pembangunan infrastruktur di Indonesia yang terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Menurut Nevi (2021) (Anggota Komisi VI DPR RI dari Fraksi PKS) Infrastruktur memegang peranan sangat penting untuk memutar roda pembangunan dan meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi. Dengan adanya infrastruktur yang layak dan memadai, akan menunjang kelancaran proses distribusi barang dan jasa dari suatu titik ke titik lainnya dan juga yang sangat penting adalah keberadaan infrastruktur yang layak akan menjadi bagian yang sangat penting dalam upaya pelayanan kepada masyarakat.

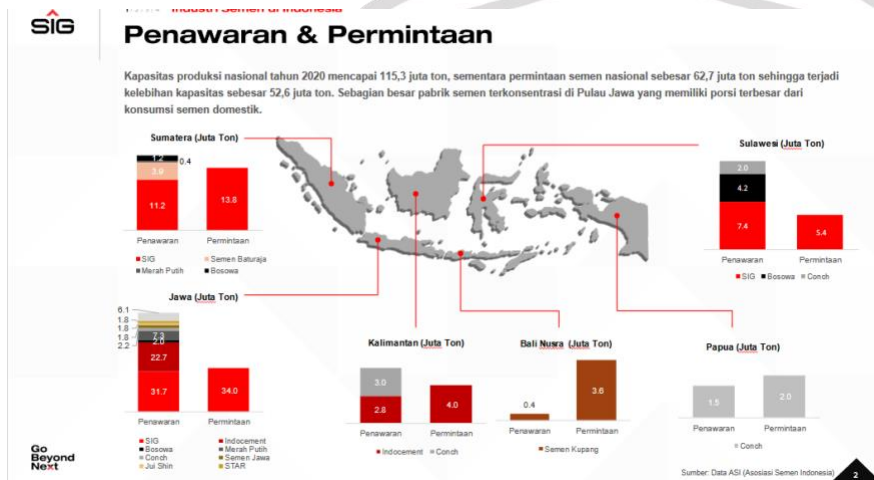
Semakin meningkatnya permintaan pembangunan infrastruktur ini berakibat pula terhadap peningkatan permintaan bahan penunjang pembangunan seperti semen. Asosiasi Semen Indonesia (ASI) mencatat konsumsi semen domestik pada tahun lalu mencapai 66,21 juta ton, naik dari 2020 yang sebesar 62,51 juta ton. Adapun, angka konsumsi 2021 masih di bawah capaian 2019 sebesar 69,99 juta ton. Ketua Umum ASI (Asosiasi Semen Indonesia) Widodo Santoso mengatakan, peningkatan konsumsi pada 2021 terjadi hampir di seluruh wilayah dengan kenaikan terbesar di Pulau Jawa sebesar 5,5 persen, dan kontribusi sekitar 55 persen dari total serapan nasional.

Peningkatan permintaan semen sebagai bahan Pembangunan ini membuat harga semen semakin tinggi khususnya beberapa perusahaan produksi semen seperti Pabrik Semen Padang, Semen Tonasa, Solusi Bangun Indonesia, Semen Gresik dan Semen Bosowa.

Dibutuhkan sebesar 30% batu bara pada produksi semen. Jika batu bara terus meningkat maka harga semen ikut meningkat. Seperti yang diungkapkan oleh Ignatius Warsito, Staf Ahli Bidang Penguatan Kemampuan Industri Dalam Negeri “Dengan adanya harga batubara khusus maksimal US\$ 90/ton sebenarnya masih lebih tinggi sekitar 50 % dari harga normalnya sehingga biaya produksi semen pun masih naik sebesar 15%.

Kenaikan semen sudah mulai terjadi sejak Mei 2022. Menurut Basori (2021) salah seorang distributor semen di Gresik “Meskipun secara umum harga barang kebutuhan Masyarakat di Daerah ini masih Stabil, namun ada juga sejumlah barang mengalami peningkatan dan penurunan harga. Seperti harga semen Gresik naik 7 persen, sehingga harganya menjadi Rp. 64.000-65.000 Perzak atau naik Rp.4.000 dari minggu lalu.”). Meskipun terjadi kenaikan yang sangat tinggi masyarakat terutama di wilayah kabupaten Gresik tetap melakukan pembelian semen untuk melakukan pembangunan.

Khususnya semen yang menjadi favorit para pembeli di beberapa toko bangunan ialah semen Gresik yang telah mengalami kenaikan. Permintaan semen Gresik yang terus bertambah menandakan bahwa masyarakat percaya dengan produk tersebut dan terus melakukan pembelian ulang terhadap semen Gresik. Meskipun Semen Gresik saat ini menjadi favorit pembeli, persaingan di kalangan semen ini terus terjadi peningkatan hingga saat ini. Jika Semen Gresik tidak bisa mempertahankan produknya maka Semen Gresik akan tergeser dengan produk semen yang lain seperti semen singa merah, semen padang, merah putih, semen Kupang dan yang lainnya berikut data permintaan semen di beberapa daerah



Gambar 1.1 Sumber data ASI

Berdasarkan data di atas dapat dilihat meskipun semen Gresik ini memiliki permintaan tertinggi tetapi disamping itu juga terdapat beberapa semen yang tidak kalah tinggi permintaannya, apalagi di beberapa wilayah semen Gresik tidak bisa menguasai pasar, seperti pada wilayah Kalimantan, Bali, dan Papua. Semen Gresik belum memasuki wilayah tersebut karena terdapat persaingan yang cukup ketat hingga semen lain yang bisa memasuki wilayah yang tidak bisa dijangkau sama sekali oleh Semen Gresik. Untuk itu Semen Gresik harus bisa melakukan evaluasi dan peningkatan apa saja yang perlu digunakan untuk bersaing dengan produk semen yang lainnya agar tidak ketinggalan jauh supaya semen Gresik bisa masuk di seluruh daerah hingga terjadi peningkatan pendapatan dan berlangsungnya pembelian secara berulang terhadap semen Gresik.

*Repurchase intention* merupakan kegiatan pembelian ulang barang atau pun jasa yang sering kita jumpai di lingkup perdagangan. Seseorang melakukan pembelian ulang terhadap sebuah produk menandakan bahwa orang tersebut sudah pernah melakukan pembelian sebelumnya.

Pembelian ulang sangat berpengaruh terhadap pertahanan sebuah perusahaan dalam persaingan dalam dunia perdagang. Perusahaan yang dapat mempertahankan ketenaran dan banyak dicari oleh pembeli ialah perusahaan yang bisa *survive* dan bisa memenuhi keinginan pembeli. Sebagian besar

dari pembeli yang melakukan pembelian ulang ialah mereka yang percaya terhadap perusahaan tersebut dan menjadikan perusahaan tersebut sebagai tujuan awal pembelian. *Repurchase intention* berasal dari kata *repurchase* dan *intention* yang berarti niat pembelian ulang, tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk (Kotler, 2015).

*Repurchase intention* sangat berpengaruh dalam kelancaran sebuah perusahaan, adanya niat untuk membeli kembali sangat menentukan sebuah target perusahaan. Setiap perusahaan pasti menginginkan hal yang sama yaitu memiliki pelanggan yang terus menerus membeli produk mereka, itu sebabnya *repurchase intention* dari pembeli sangat mempengaruhi ketenaran sebuah perusahaan.

Perusahaan memiliki pesaing di bidang yang sama, Hal ini juga terjadi pada penelitian Hairulloh (2018) menyatakan bahwa “Persaingan di dunia usaha saat ini dirasakan semakin sulit, seiring dengan kurangnya pertumbuhan ekonomi yang mengakibatkan daya beli masyarakat juga berkurang”. Pada kali ini penulis akan membahas persaingan yang terjadi di perusahaan material bahan bangunan dengan produksi semen. Persaingan dalam bidang ini lebih mengarah ke pelanggan, artinya pembeli yang tetap dan setia menjadi kunci utama ketenaran sebuah produk suatu perusahaan. Sebagian besar perusahaan yang berjalan di bidang bahan bangunan membutuhkan kepercayaan dari pelanggan, hal ini menjadi dasar penilaian sebuah perusahaan supaya dapat mengambil hati pelanggan lain,

Persaingan dalam bidang ini mengarah seberapa banyak pelanggan yang percaya terhadap produk semen dari sebuah perusahaan. Untuk itu perlunya pembaharuan yang sesuai dengan minat pelanggan supaya bisa melakukan pembelian ulang atau *repurchase intention*. Kemauan yang dimiliki setiap pelanggan terhadap semen yang diinginkan pasti berbeda-beda mulai dari bentuk, jumlah, besar, kualitas produk, ketahanannya hingga kemasannya. Oleh karena itu setiap perusahaan semen dituntut untuk memiliki kelengkapan pada setiap barang yang ingin dipasarkan.

Seseorang yang melakukan pembelian ulang karena mereka sudah yakin bahwa barang yang mereka inginkan sudah terdapat dalam produk tersebut. Hal ini menjadi permasalahan yang harus bisa diselesaikan oleh perusahaan semen supaya dapat memenuhi semua yang diinginkan oleh pembeli. Untuk itu setiap perusahaan harus mengetahui beberapa faktor pendukung terjadinya *repurchase intention*. Menurut Alisa & Dinda (2020) dalam penelitian Rafida (2020) yang menyatakan bahwa faktor-faktor penyebab *repurchase intention* ialah

1. *Product Information*
2. *Customer Satisfaction*
3. *Brand Popularity*
4. *Service Quality*

Dari hasil analisis di atas terdapat perbedaan antara penulis dengan penelitian terdahulu, jika penelitian terdahulu menyebutkan 4 faktor di atas maka penulis menggunakan faktor tambahan yang disesuaikan dengan tempat penelitian dan untuk menjadi pembaharuan penelitian, selain itu untuk menambah pembaharuan penelitian maka peneliti melakukan mediasi antara dua faktor untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang saling mempengaruhi.

Menurut hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Heri (2017) “*Word of mouth* atau berita dari mulut ke mulut merupakan kegiatan individu saling menukar informasi, khususnya tentang hal-hal yang bagus sehingga dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli”, dan penelitian yang dilakukan I Wayan (2019) “persepsi kualitas produk berpengaruh positif terhadap *repurchase intention*”. Untuk menimbulkan pembaharuan, maka peneliti menggunakan variabel independent persepsi kualitas produk dan *word of mouth* untuk mengetahui pengaruh terhadap *repurchase intention*.

Pelanggan membutuhkan beberapa faktor untuk mempengaruhi niat pembelian ulang, mulai dari ketertarikan dengan produk, kepekaan pelanggan terhadap produk yang dibutuhkan, keinginan pelanggan untuk mencoba sebuah produk dan tindakan pelanggan untuk merealisasikan pembelian produk. Hal ini sejalan dengan teori persepsi AIDA yang dipaparkan oleh (Kotler, 2009) ini merupakan teori terbaru terkait pembelian produk yang dipaparkan oleh Kotler meliputi :

- a. Attention Keterkaitan konsumen dan produk, dalam hal ini di mana perusahaan dapat menarik perhatian konsumen dengan melakukan pendekatan agar konsumen menyadari keberadaan produk dan kualitasnya.
- b. Interest Kepekaan konsumen terhadap produk, dalam tahap ini konsumen ditumbuhkan dan diciptakan rasa ketertarikan terhadap produk tersebut. Perusahaan berusaha agar produknya mempunyai daya tarik dalam diri konsumen, sehingga konsumen memiliki rasa ingin tahu yang dapat menimbulkan minatnya terhadap suatu produk.
- c. Desire Keinginan konsumen untuk mencoba dan memiliki produk tersebut, rasa ingin tahu konsumen terhadap produk tersebut diarahkan kepada minat untuk membeli.
- d. Action Tindakan konsumen untuk mengambil keputusan melakukan pembelian.

Paparan di atas menyatakan bahwa pembelian ulang melewati 4 tahapan terlebih dahulu, hal ini juga diperkuat dengan wawancara yang dilakukan penulis terkait *repurchase intention* semen Gresik.



Table 1.1 wawancara terkait *repurchase intention*

Subjek	Pertanyaan	Verbatim	Kesimpulan
D	<p>1.sudah berapa kali saudara melakukan pembelian di toko ini?</p> <p>2.Produk apa yang sering saudar beli ?</p> <p>3.Dari beberap merek semen yang ada,merek apa yang sering saudara beli?</p> <p>4.Selama Pembelian semen tersebut apakah saudara pernah mengalami kesulitan.</p> <p>5.Apa yang membuat saudara melakukan pengulangan pembelian pada semen tersebut?</p> <p>6.Apa yang membedakan semen pilihan saudara dengan yang lainnya ?</p> <p>7.Apakah untuk kedepannya saudara tetap ingin melakukan pembelian semen ini?</p>	<p>Sering mbak tiap bangun rumah kesini, semua mbak semen pasir bata, kalau semen saya beli Gresik, enggak mbak mudah sekali, soalnya kata orang orang semen Gresik kuat tahan lama juga, beda harga sama kualitas kalau Gresik udah umumlah, tentu saja</p>	<p>Pembeli melakukan pengulangan pembelian semen Gresik karena menurut pembeli semen Gresik kuat dan tahan lama.</p>
H	<p>1.sudah berapa kali saudara melakukan pembelian di toko ini?</p> <p>2.Produk apa yang sering saudar beli ?</p> <p>3.Dari beberap merek semen yang ada,merek apa yang sering saudara beli?</p> <p>4.Selama Pembelian semen tersebut apakah saudara pernah mengalami kesulitan.</p> <p>5.Apa yang membuat saudara melakukan pengulangan pembelian pada semen tersebut?</p> <p>6.Apa yang membedakan semen pilihan saudara dengan yang lainnya ?</p> <p>7.Apakah untuk kedepannya saudara tetap ingin melakukan pembelian semen ini?</p>	<p>Sering mbak, Ya sebutuhnya aja mbak kadang paralon kadang semen kadang perintilan, Saya lebih sering beli semen Gresik, Tidak ada mbak ya Cuma harga aja naik banyak, Karena Gresik itu awet mbak nggk mudah ngeprul, Kalau semen lain emang lebih murah tapi secara kualitasnya jauh dibawah Gresik, Tentu saja selagi saya punya gawe</p>	<p>Pembeli sering melakukan pembelian semen Gresik meskipun harganya lebih mahal karena semen Gresik lebih awet dan tahan lama</p>

S	<p>1.sudah berapa kali saudara melakukan pembelian di toko ini?</p> <p>2.Produk apa yang sering saudar beli ?</p> <p>3.Dari beberap merek semen yang ada,merek apa yang sering saudara beli?</p> <p>4.Selama Pembelian semen tersebut apakah saudara pernah mengalami kesulitan.</p> <p>5.Apa yang membuat saudara melakukan pengulangan pembelian pada semen tersebut?</p> <p>6.Apa yang membedakan semen pilihan saudara dengan yang lainnya ?</p> <p>7.Apakah untuk kedepannya saudara tetap ingin melakukan pembelian semen ini?</p>	<p>Bolak balik mbak mungkin soalnya saya pendatang,</p> <p>Saya bangun satu rumah disini jadi semua Cuma yang sering ya semen hampir tiap hari buat ngelepok soalnya,</p> <p>Saya lebih suka beli semen Gresik mbak, Sejauh ini belum pernah, Soalnya tukang saya mintanya semen Gresik katanya lebih bagus cepet kering juga,</p> <p>Saya belum pernah coba yang lainnya e mbak, Iya mbak</p>	<p>Pembelik sering melakukan pembelian ulang semen Gresik karena menurut pembeli semen Gresik lebih cepat kering dan permintaan dari tukang.</p>
SS	<p>1.sudah berapa kali saudara melakukan pembelian di toko ini?</p> <p>2.Produk apa yang sering saudar beli ?</p> <p>3.Dari beberap merek semen yang ada,merek apa yang sering saudara beli?</p> <p>4.Selama Pembelian semen tersebut apakah saudara pernah mengalami kesulitan.</p> <p>5.Apa yang membuat saudara melakukan pengulangan pembelian pada semen tersebut?</p> <p>6.Apa yang membedakan semen pilihan saudara dengan yang lainnya ?</p> <p>7.Apakah untuk kedepannya saudara tetap ingin melakukan pembelian semen ini?</p>	<p>Seminggu ini sudah 4 kali saya kesini,</p> <p>Pasir besi semen bata banyak lah</p> <p>Saya pake semen Gresik Kadang meringkil ,</p> <p>Umumnya pake Gresik tukangnya ya menganjurkan Gresik aja,</p> <p>Waduh nggk tau mbak nggk pernah coba semen lain,</p> <p>Selama bangun rumah ya beli semen Gresik terus,</p>	<p>Pembeli sudaha 4 kali melakukan pembelian semen Gresik karena anjuran tukang</p>
MH	<p>1.sudah berapa kali saudara melakukan pembelian di toko ini?</p> <p>2.Produk apa yang sering saudar beli ?</p>	<p>Sering mbak, Semen kadang nyempil gawe plester kandang tak garap dewe ae, Yo semen Gresik,</p>	<p>Pembeli sering melakukan pembelian semen Gresik karena semen Gresik bagus dan sudah umum dan kedepannya akan</p>

	<p>3. Dari beberapa merek semen yang ada, merek apa yang sering saudara beli?</p> <p>4. Selama Pembelian semen tersebut apakah saudara pernah mengalami kesulitan.</p> <p>5. Apa yang membuat saudara melakukan pengulangan pembelian pada semen tersebut?</p> <p>6. Apa yang membedakan semen pilihan saudara dengan yang lainnya ?</p> <p>7. Apakah untuk kedepannya saudara tetap ingin melakukan pembelian semen ini?</p>	<p>Gak gak ono rego e mundak ae,</p> <p>Soal e Gresik iku apik wes umumlah nak wong-wong,</p> <p>Liyane iku bener murah tapi kualitas elek gk koyok Gresik,</p> <p>Selama butuh yo tuku Gresik ae,</p>	<p>melakukan pembelian semen Gresik saja.</p>
ZM	<p>1. sudah berapa kali saudara melakukan pembelian di toko ini?</p> <p>2. Produk apa yang sering saudara beli ?</p> <p>3. Dari beberapa merek semen yang ada, merek apa yang sering saudara beli?</p> <p>4. Selama Pembelian semen tersebut apakah saudara pernah mengalami kesulitan.</p> <p>5. Apa yang membuat saudara melakukan pengulangan pembelian pada semen tersebut?</p> <p>6. Apa yang membedakan semen pilihan saudara dengan yang lainnya ?</p> <p>7. Apakah untuk kedepannya saudara tetap ingin melakukan pembelian semen ini?</p>	<p>Tiap hari kalau butuh bahan saya kesini mbak, Yang paling sering ya semen,</p> <p>Kalau saya she lebih condong ke Gresik ya, Sejauh ini belum ada problem lah,</p> <p>Kata ayah saya semen Gresik lebih kuat, Ya itu tadi lebih kuat mbak semen e, Iya sesuai kemauan ayah saya aja,</p>	<p>Pembeli sering membeli semen Gresik karena lebih kuat dan mendapat rekomendasi dari ayahnya dan akan melakukan pembelian semen Gresik kembali.</p>
IS	<p>1. sudah berapa kali saudara melakukan pembelian di toko ini?</p> <p>2. Produk apa yang sering saudara beli ?</p> <p>3. Dari beberapa merek semen yang ada, merek apa yang sering saudara beli?</p> <p>4. Selama Pembelian semen tersebut apakah saudara pernah mengalami kesulitan.</p>	<p>5 kali ini, Semen mbak, Seadanya mbak tapi yang sering Gresik, Sejauh ini belum ada, Direkomendasikan sama om saya mbak om saya seringnya beli Gresik soalnya, Gresik lebih kokoh nggk mudah ngeprul,</p>	<p>Pembeli sering membeli semen Gresik karena direkomendasikan saudaranya yang menurutnya lebih kokoh dan tidak mudah ngeprul</p>

---

5. Apa yang membuat saudara melakukan pengulangan pembelian pada semen tersebut?  
Iya mbak,

6. Apa yang membedakan semen pilihan saudara dengan yang lainnya ?

7. Apakah untuk kedepannya saudara tetap ingin melakukan pembelian semen ini?

---

Dari hasil wawancara di atas bisa diketahui bahwa pembeli tetap melakukan pembelian semen Gresik walau mereka tau terjadi peningkatan yang sangat signifikan terhadap harga semen Gresik. Hal ini membuat penulis ingin mengetahui hal apa sajakah yang mempengaruhi pembelian ulang. Dari hasil wawancara yang dilakukan di atas sedikit terlihat bahwa alasan seseorang mempertahankan pembelian semen Gresik karena faktor kualitas produk dan rekomendasi (*word of mouth*) yang didapat dari orang lain.

Faktor persepsi kualitas barang sangat berpengaruh terhadap pembelian ulang selain itu rekomendasi dari orang lain melalui *word of mouth* berpengaruh pula terhadap pembelian ulang. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Erika & Ari (2021) bahwa *word of mouth* WOM mempunyai pengaruh positif terhadap pembelian ulang (*repurchase intention*). Selain itu ada pula penelitian yang dilakukan oleh Nida ulfarida (2017) bahwa persepsi kualitas berpengaruh positif terhadap *repurchase intention*. Hal ini dikuatkan oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Eric Anderson Prawiro (2018) bahwa kualitas produk dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian ulang *VnVleathergoods*. Selain itu Yuda & Tommy (2017) menyatakan bahwa Efek E-WOM berpengaruh positif terhadap Brand image dan Purchase Intention (Studi Kasus Pada Industri Mobil "D").

*Word-of-mouth communication*, pada dasarnya adalah pesan tentang produk atau jasa suatu perusahaan, ataupun tentang perusahaan itu sendiri, dalam bentuk komentar tentang kinerja produk, keramahan, kejujuran, kecepatan pelayanan dan hal lainnya yang dirasakan dan dialami oleh seseorang yang disampaikan kepada orang lain.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Latar belakang yang sudah dipaparkan terdapat beberapa permasalahan yang muncul, yang akan menjadi topik utama penulis untuk melakukan penelitian. Permasalahan yang terjadi ialah kebutuhan semen Gresik yang terus meningkat diikuti dengan harga yang tinggi, selain itu dalam penjualan semen Gresik mulai adanya persaingan harga, kualitas barang, kemauan pembeli yang beraneka ragam.



Sebelumnya sudah dipaparkan ada beberapa faktor yang mempengaruhi sebuah niat pembelian ulang. Terdapat perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis saat ini. Jika penelitian sebelumnya menggunakan 4 faktor maka dalam penelitian ini akan menggunakan tambahan faktor yang akan diuji pula secara ilmiah yaitu persepsi kualitas produk dan *Word of mouth (wom)*.

Menurut hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Heri Prabowo (2017) dan I Wayan (2019) “Word of mouth dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli, dan persepsi kualitas produk berpengaruh positif terhadap repurchase intention”. Menurut penelitian Ni kadek aprillia dan Ni made rastini “Hasil dalam penelitian ini berarti bahwa E-WOM berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat beli kembali.”, selain itu dari hasil penelitian maudy marla tanihattu (2013) menyatakan bahwa “Adapun faktor-faktor yang memengaruhi konsumen terhadap pembelian semen adalah faktor kualitas produk, citra merek, harga dan promosi” ini sejalan dengan penelitian penulis yang ingin mengetahui lebih dalam apakah dua aspek ini yaitu persepsi kualitas barang dan *word of mouth (wom)* berpengaruh untuk terjadinya sebuah *repurchase intention*.

Menurut Ikaningrum Shintaputri (2017) persepsi kualitas didefinisikan sebagai konformasi pada produk desain atau spesifikasi. Lebih-lebih lagi, kualitas sebagai "tingkat" keunggulan dengan harga yang dapat diterima dan pengendalian variabilitas dengan biaya yang dapat diterima.

Menurut Augustin (2018) Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya, yang meliputi daya tahan keseluruhan, keandalan, akurasi, kemudahan pengoperasian dan perbaikan produk serta atribut produk lainnya.

Persepsi kualitas produk seseorang sangat bersinggung erat dengan system syaraf manusia. Sejak adanya psikologi eksperimen pada abad ke-19, pengetahuan psikologi pada persepsi telah bertambah pesat lewat penggabungan beberapa teknik. Dalam bidang psikofisika sudah dijabarkan menggunakan pendekatan kuantitatif hubungan antara sifat-sifat fisika dari suatu rangsangan dan persepsi. Ilmu saraf sensoris mempelajari mengenai mekanisme otak yang mendasari persepsi.

Sistem persepsi juga bisa dipelajari lewat komputasi, dari informasi yang diolah oleh sistem tersebut. Persepsi dalam filosofi adalah sejauh mana unsur-unsur sensori seperti suara, aroma, atau warna ada dalam realitas objektif, bukan dalam pikiran persepsi (<https://id.wikipedia.org/wiki/Persepsi>). Selain Persepsi kualitas barang dari hasil wawancara di latar belakang terdapat faktor pendukung lainnya yaitu adanya promosi yang dilakukan melalui mulut ke mulut atau biasa disebut *Word of mouth*.

*Word Of Mouth* adalah komunikasi dari mulut ke mulut tentang pandangan atau penilaian terhadap suatu produk atau jasa, baik secara individu maupun kelompok yang bertujuan untuk memberikan informasi secara personal. *Word Of Mouth* menjadi salah satu strategi yang sangat efektif berpengaruh

di dalam keputusan konsumen dalam menggunakan produk atau jasa dan *Word Of Mouth* dapat membangun rasa kepercayaan para pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2009:512) *Word Of Mouth* adalah Kegiatan pemasaran melalui perantara orang ke orang baik secara lisan, tulisan, maupun lewat alat komunikasi elektronik yang terhubung internet yang didasari oleh pengalaman atas produk atau jasa. Jika dilihat dari definisi yang ada diatas, *Word Of Mouth* dapat di artikan secara umum merupakan suatu kegiatan memberikan informasi penilaian atau pandangan terhadap suatu produk barang dan jasa kepada orang-orang terdekat apakah produk atau jasa tersebut layak dikonsumsi atau tidak bagi para calon konsumen lainnya. Untuk mendapatkan jawaban terkait pengaruhnya persepsi kualitas barang dan *word of mouth (wom)* *repurchase intention* maka penulis melakukan wawancara sebagai berikut.

Table 1.2 Wawancara Terkait Persepsi Kualitas Produk

Subjek	Pertanyaan	Verbatim	Kesimpulan
D	1. Menurut saudara bagaimana kualitas semen Gresik 2. Menurut saudara apakah kualitas semen yang digunakan mempengaruhi bangunan? 3. Apa yang saudara ingat pertama kali jika disebutkan semen Gresik? 4. Menurut saudara dibandingkan dengan merek semen lain, apakah semen Gresik bisa diunggulkan?	Menurut saya semen gresik itu lebih kuat dan tahan lama nggk mudah padat mbak, Sangat mempengaruhi mbak, Cepat kering dan tidak mudah menggumpal, Tentu saja karena sudah ada sejak lama	Menurut pembeli semen Gresik memiliki ketahanan yang kuat dan tidak mudah padat
H	1. Menurut saudara bagaimana kualitas semen Gresik 2. Menurut saudara apakah kualitas semen yang digunakan mempengaruhi bangunan? 3. Apa yang saudara ingat pertama kali jika disebutkan semen Gresik? 4. Menurut saudara dibandingkan dengan merek	Kualitasnya bagus barangnya awet tahan lama juga buat ngecor cepet kering, Pasti mbak kalau mau ngecor pakai semen biasa ya nggk kering kering, Cepat kering, Tentu bisa	Menurut Kualitas semen Gresik bagus, awet, tahan lama dan cepat kering

	semen lain,apakah kualitas semen Gresik bisa diunggulkan?		
S	<p>1. Menurut saudara bagaimana kualitas semen Gresik</p> <p>2. Menurut saudara apakah kualitas semen yang digunakan mempengaruhi bangunan?</p> <p>3. Apa yang saudara ingat pertama kali jika disebutkan semen Gresik?</p> <p>4. Menurut saudara dibandingkan dengan merek semen lain, apakah semen Gresik bisa diunggulkan?</p>	<p>Bagus mbak,</p> <p>Kalau menurut saya iya mbak soalnya kan beda semen beda kegunaan,</p> <p>Logonya mbak unik,</p> <p>Bisa mbak kan sudah umum juga</p>	<p>Menurut pembeli kualitas semen Gresik bagus, sudah umum dibeli dan memiliki cirikhas di logonya</p>
SS	<p>1. Menurut saudara bagaimana kualitas semen Gresik</p> <p>2. Menurut saudara apakah kualitas semen yang digunakan mempengaruhi bangunan?</p> <p>3. Apa yang saudara ingat pertama kali jika disebutkan semen Gresik?</p> <p>4. Menurut saudara dibandingkan dengan merek semen lain, apakah semen Gresik bisa diunggulkan?</p>	<p>Aslinya bagus Cuma kadang ada gumpalan meringkil aja,</p> <p>Tentu saja kalau nggk bagus ya bangunanya nggk kokoh,</p> <p>Namanya soalnya kan nama kabupaten,</p> <p>Bisa jadi selama nggk meringkil</p>	<p>Menurut pembeli kualiatanya bagus tetapi kadang terdapat gumpalan dan memiliki ciri khas di nama semennya</p>
MH	<p>1. Menurut saudara bagaimana kualitas semen Gresik</p> <p>2. Menurut saudara apakah kualitas semen yang digunakan mempengaruhi bangunan?</p>	<p>Apik kualitas e,</p> <p>Jelas lak semen e biasa koyok merah putih ta singa merah yo suwi garing e,</p> <p>Awet e mbek pulen e pas di udek,</p>	<p>Menurut pembeli kualitasnya bagus dari pada semen yang lainnya, awet, dan pulen</p>

	<p>3. Apa yang saudara ingat pertama kali jika disebutkan semen Gresik?</p> <p>4. Menurut saudara dibandingkan dengan merek semen lain, apakah semen Gresik bisa diunggulkan?</p>	<p>Iyo iso pokok harga e sek sesuai</p>	
ZM	<p>1. Menurut saudara bagaimana kualitas semen Gresik</p> <p>2. Menurut saudara apakah kualitas semen yang digunakan mempengaruhi bangunan?</p> <p>3. Apa yang saudara ingat pertama kali jika disebutkan semen Gresik?</p> <p>4. Menurut saudara dibandingkan dengan merek semen lain, apakah semen Gresik bisa diunggulkan?</p>	<p>Bagus mbak, Kalau menurut saya ya pasti berpengaruh ya mbak kalau kualitas jelek ya jadinya jelek, Warna sak sama tulisannya, Bisa jadi</p>	<p>Menurut pembeli kualitasnya bagus, warna dan tulisan menjadi daya Tarik tersendiri</p>
IS	<p>1. Menurut saudara bagaimana kualitas semen Gresik</p> <p>2. Menurut saudara apakah kualitas semen yang digunakan mempengaruhi bangunan?</p> <p>3. Apa yang saudara ingat pertama kali jika disebutkan semen Gresik?</p> <p>4. Menurut saudara dibandingkan dengan merek semen lain, apakah semen Gresik bisa diunggulkan?</p>	<p>Bagus si mbak lebih kokoh dan nggk mudah ngeprul aja, Tentu saja, Saya ingat harga sama logonya, Menurut saya sih bisa selagi masih sesuai kantong</p>	<p>Kualitas semen Gresik bagus, kokoh dan tidak mudah padat dan memiliki ciri khas di logonya</p>

Tabel 1.3 Wawancara Terkait *Word of mouth* (WoM)

Subjek	Pertanyaan	Verbatim	Kesimpulan
D	<p>1. Apakah saudara mendapatkan rekomendasi terkait semen Gresik ?</p> <p>2. Siapa orang yang biasa membicarakan dan merekomendasikan semen Gresik kepada saudara ?</p>	<p>1. Saya tau tentang semen gresik yang bagus biasanya dari omongan orang lain seh mbak ya dapat info-info gitu</p> <p>2. tukang sama saudara saya</p> <p>3. sangat membantu sekali mbak, buat review juga</p>	<p>Subjek mendapatkan informasi terkait semen Gresik .dari orang lain dan info tukang dan saudara</p>



	3.Apakah rekomendasi dari orang lain membantu saudara?		
H	1.Apakah saudara mendapatkan rekomendasia terkait semen Gresik ? 2.Siapa orang yang biasa membicarakan dan merekomendasikan semen Gresik kepada saudara ? 3.Apakah rekomendasi dari orang lain membantu saudara?	1.Saya udah tau dari dulu mbak,udah biasa beli juga dan katanya saudara semen Gresik bagus 2.Dari awal bangun saya udah pake semen Gresik sela 3.membantu mbak	Subjek sudah mengetahui semen Gresik dari dulu dan ditambah rekomendasi dari saudara
S	1.Apakah saudara mendapatkan rekomendasia terkait semen Gresik ? 2.Siapa orang yang biasa membicarakan dan merekomendasikan semen Gresik kepada saudara ? 3.Apakah rekomendasi dari orang lain membantu saudara?	1.iya mbak dapat rekomendasi 2.waktu itu dikasihtau tetangga dan tukang juga 3.membantu sekali mbak bisa buat refrensi	Subjek mendapat rekomendasi dari tetangga dan tukang .
SS	1.Apakah saudara mendapatkan rekomendasia terkait semen Gresik ? 2.Siapa orang yang biasa membicarakan dan merekomendasikan semen Gresik kepada saudara ? 3.Apakah rekomendasi dari orang lain membantu saudara?	1.iya dapat rekomendasi mbak 2.dari tukang mbak terus saya juga udah buktiin barangnya awet 3.Sangat membantu sekali	Subjek mendapatkan informasi dari tukang terkait semen Gresik
MH	1.Apakah saudara mendapatkan rekomendasia terkait semen Gresik ? 2.Siapa orang yang biasa membicarakan dan merekomendasikan semen Gresik kepada saudara ?	Oleh mbak, Awal e ngerti tekan tonggo mbek biyen wes sering tuku Gresik, Iyo soal e iso ngerteni gresik	Subjek memperoleh rekomendasi dari tetangga

	3.Apakah rekomendasi dari orang lain membantu saudara?		
ZM	1.Apakah saudara mendapatkan rekomendasia terkait semen Gresik ? 2.Siapa orang yang biasa membicarakan dan merekomendasikan semen Gresik kepada saudara ? 3.Apakah rekomendasi dari orang lain membantu saudara?	Iya mbak dapat, Dari ayah saya, Sangat membantu mbak dengan adanya rekomendasi jadi saya nggak bingung milih	
IS	1.Apakah saudara mendapatkan rekomendasia terkait semen Gresik ? 2.Siapa orang yang biasa membicarakan dan merekomendasikan semen Gresik kepada saudara ? 3.Apakah rekomendasi dari orang lain membantu saudara?	1.iya mbak dapat rekom 2.dari om saya sama tukang 3.sangat membantu soalnya saya kurang paham terkait bangunan jadinya saya bisa mengulang pembelian sesuai rekomendasi	Subjek mendapatkan informasi dari saudaranya dan tukang

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa pembeli memperhatikan kualitas produk sebelum mereka melakukan pembelian ulang (*repurchase intention*) dan pembicaraan dari mulut ke mulut atau rekomendasi orang sekitar (*word of mouth*) dapat mempengaruhi pandangan pembeli terkait sebuah produk.

Persepsi kualitas produk adalah penilaian pelanggan terhadap keunggulan produk secara keseluruhan yang ditinjau dari fungsinya secara relatif dengan produk-produk lain. Oleh sebab itu, persepsi kualitas didasarkan pada evaluasi subjektif konsumen. Persepsi konsumen akan melibatkan apa yang penting bagi konsumen karena setiap konsumen memiliki kepentingan yang berbeda terhadap produk atau jasa (opyy rizkia haqiqi,2019:58).

Persepsi kualitas produk setiap orang pasti berbeda-beda itu menjadi sebuah tantang bagi setiap perusahaan untuk menarik pemikiran para pelanggan supaya bisa mempertahankan persepsi baik dari produknya.Hal ini juga diperkuat oleh penelitian telah dilakukan oleh Kiki Joesyiana (2018) dengan dengan hasil“*WOM berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian*“.Journal of Management and Busine (Rachman et al.,2016) berpendapat bahwa saluran komunikasi pribadi dalam bentuk kata-kata

atau kata-kata dari mulut ke mulut (*word of mouth*) dapat menjadi metode promosi yang efektif karena umumnya disampaikan dari konsumen oleh konsumen dan konsumen, sehingga konsumen atau pelanggan yang puas dapat menjadi media iklan bagi perusahaan. Ketika calon pelanggan sudah mengetahui tentang produk yang telah ditawarkan melalui promosi atau mendapatkan informasi dari mulut ke mulut, maka calon pelanggan memiliki hak untuk mempertimbangkan sebelum mereka membuat keputusan dalam pembelian. Ariszani dkk., (2015). Variabel Word of Mouth menggunakan 4 indikator (Goyette et al., 2010) : 1. Intensitas WOM. 2. Valensi positif WOM. 3. Valensi negatif WOM. 4. Konten WOM.

Dari Sebagian narasumber mengetahui barang tersebut layak atau tidak ditentukan dari seberapa banyak orang disekitarnya membicarakan. Bisa melalui banner, kaos atau bahkan dari pembicaraan tukang yang sedang melakukan pembangunan dirumahnya. Banyak orang yang memutuskan membeli bahan bangunan karena kualitas produk yang baik. Mengapa demikian? Karena sebuah barang akan digunakan secara terus-menerus sampai masa pemakaiannya habis. Dalam hal ini barang yang digunakan ialah semen gresik. Sudah tidak menjadi sebuah rahasia lagi bahwa semen Gresik adalah unsur dasar dalam pembuatan rumah.

Semen menjadi bahan utama sebuah bangunan. karena menjadi bahan dasar sebuah bangunan maka diperlukan kualitas yang baik pula. Untuk mendapatkan bangunan yang kuat, kokoh dan tahan lama maka diperlukan bahan dasar yang kualitasnya tidak diragukan lagi. Nida Ul Farida (2018) bahwa Terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap *repurchase intention* produk kerajinan Koperasi Serba Usaha (KSU) APIKRI dan terdapat pengaruh positif word of mouth terhadap *repurchase intention*.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis dengan mengungkap judul "Pengaruh *Word Of Mouth (Wom)* Terhadap Persepsi Kualitas Produk Dengan Mediasi Preferensi *Repurchase Intention* Semen Gresik Di Kabupaten Gresik". Pembaharuan yang didapat antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang sedang dilakukan ialah adanya penekanan faktor yang mempengaruhi niat pembelian ulang (*repurchase intention*). Jika penelitian terdahulu menekankan pada berbagai faktor, maka penelitian ini melakukan mediasi preferensi antara *word of mouth (wom)* terhadap persepsi kualitas produk, untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara dua faktor tersebut hingga mempengaruhi *Repurchase intention* semen Gresik di kabupaten Gresik

### **1.3 Batasan Masalah**

Pembatasan masalah sangat diperlukan agar penelitian ini tidak melebar, sehingga tercapai hasil penelitian yang baik. Batasan permasalahan dalam penelitian ini adalah

#### **1. Persepsi Kualitas Produk**

Persepsi ialah suatu bentuk tahapan yang terjadi akibat adanya respon yang diterima, dimana sensasi adalah kegiatan merasakan atau awal mula terbentuknya keadaan emosi yang menyenangkan. Sensasi juga dapat didefinisikan sebagai tanggapan yang cepat dari indra penerima kita. Kualitas produk adalah barang maupun jasa yang dapat dijualbelikan ke pasar termasuk barang berwujud ataupun barang tidak berwujud yang didalamnya memiliki daya tahan dan sesuai dengan standar yang ditetapkan (Afriza, 2019).

## 2. *Word of Mouth (wom)*

*Word of Mouth* menurut Kotler & Keller (2012), adalah sebuah proses komunikasi berbentuk pemberian rekomendasi baik itu secara individu atau kelompok terhadap sebuah produk atau jasa dengan tujuan memberikan informasi secara personal. Saluran komunikasi personal dalam ucapan atau perkataan dari mulut ke mulut bisa menjadi metode promosi yang efektif karena pada umumnya disampaikan dari konsumen oleh konsumen dan untuk konsumen, sehingga konsumen yang puas dapat menjadi media iklan bagi perusahaan. *Word of Mouth* merupakan upaya mengantarkan dan menyampaikan pesan bisnis kepada orang lain, keluarga, teman dan rekan bisnis. Selain itu, Hasan (2013:93) menuturkan bahwa konsumen yang percaya pada penyedia jasa atau terlibat dalam proses pembelian cenderung untuk berpartisipasi dalam rekomendasi mulut ke mulut (*Word of Mouth*) dan pembelian terhadap penyedia jasa sebagai bagian dari keinginan untuk meningkatkan keinginan untuk meningkatkan komitmen mereka.

## 3. *Repurchase intention*

*Repurchase intention* ialah tindakan konsumen pasca pembelian. Terjadinya kepuasan dan 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 (Kotler & Keller, 2012).

## 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan pembatasan masalah yang telah disampaikan di atas maka terbentuk sebuah rumusan masalah sebagai berikut

1. Apakah terdapat pengaruh *word of mouth (wom)* terhadap persepsi kualitas produk ?



2. Apakah terdapat pengaruh *word of mouth (wom)* terhadap *repurchase intention* dengan mediasi persepsi kualitas produk semen Gresik di kabupaten Gresik

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Relevan dengan rumusan masalah yang telah disusun maka tujuan penelitian sebagai berikut

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh *word of mouth (wom)* terhadap persepsi kualitas semen Gresik di kabupaten Gresik
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh *word of mouth (wom)* terhadap *repurchase intention* dengan mediasi persepsi kualitas produk semen Gresik di kabupaten Gresik

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan informasi dan wawasan baru yang berupa manfaat teoritis dan praktis

#### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Diharapkan dari penelitian yang sudah dilakukan dapat memberikan wawasan baru kepada pembaca dalam menyikapi pemilihan tempat pembelian bahan bangunan dan materialan. Dan bisa pula dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.

#### **1.6.2 Manfaat Praktis**

##### **a. Konsumen**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan informasi kepada konsumen dalam pemilihan bahan bangunan berupa semen Gresik untuk dipergunakan kedepannya supaya konsumen dapat mempertimbangkan aspek-aspek yang diunggulkan dalam suatu produk.

##### **b. Bagi perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan evaluasi dan masukan terkait kualitas produk dan cara mempromosikan produk supaya lebih meningkatkan angka penjualan dan mampu bersaing dengan perusahaan yang lainnya di sector yang sama.

##### **c. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Hasil penelitian ini semoga bisa dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya, sehingga dapat menghasilkan pembaharuan yang lebih baik.

