

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat, menghadirkan tantangan yang kompetitif bagi setiap pemilik usaha. Bagi bisnis yang berambisi meraih kesuksesan, profitabilitas, serta kelangsungan jangka panjang, diperlukan kemampuan dalam menjalankan operasional dengan manajemen yang efektif. Dalam menghadapi persaingan yang semakin berat, perusahaan besar harus berhati-hati dan cermat dalam merencanakan strategi agar bisa memenangkan persaingan, dan akhirnya menjaga kelangsungan bisnis sesuai harapan.

Kompetisi dalam dunia bisnis senantiasa menantang dan penuh tantangan. Tantangan utamanya adalah melihat bisnis secara kreatif, mengenali peluang yang tersembunyi, berinovasi untuk memasarkan produk dengan tepat, serta mengarahkan produk sesuai dengan segmen pasar yang dituju. Memang, tugas ini tidaklah mudah, tetapi menjadi suatu keharusan agar mampu bertahan dan berjaya di dalam pasar yang penuh persaingan dan dinamika. Oleh karena itu, penetapan tujuan yang jelas menjadi sangat penting.

Di Indonesia, banyak perusahaan dalam berbagai industri memilih pendekatan yang beragam guna membuat produknya unggul. Dari beragam sektor tersebut, terdapat beberapa industri di Indonesia yang memiliki potensi besar untuk mencapai kesuksesan. Namun demikian, langkah menuju tujuan tersebut masih memerlukan penyempurnaan, salah satunya adalah industri furnitur. Industri furnitur bagi rumah tangga memiliki peran yang signifikan dalam ekonomi

nasional dan dianggap memiliki arti ekonomi yang strategis. Industri mebel di Indonesia diberkahi dengan bahan baku melimpah dan tenaga pengrajin yang mahir, serta menunjukkan potensi pertumbuhan yang luas. Meskipun merek-merek mebel dari luar negeri tetap populer di masyarakat Indonesia, langkah-langkah untuk mencapai tujuan tersebut masih memiliki tantangan yang perlu diatasi.

Salah satunya yaitu Pak Andik, pemilik dan pendiri perusahaan mebel Ibrahim Jaya. Berawal dari dirinya yang dulunya bekerja di toko mebel milik orang lain, akhirnya Pak Andik memulai usahanya sendiri. Berbekal ilmu dan informasi yang ia peroleh dari pengalamannya bekerja di sebuah toko mebel. Kemudian Beliau membuka usahanya sendiri di rumahnya sendiri yang beralamatkan di Jalan Buyut Wigati, Desa, RT.01/RW.02, Made, Kec. Lamongan, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur 62218. Produk yang diproduksi oleh Ibrahim Jaya adalah pintu, jendela, kursi dan furniture lainnya. Bahan baku yang digunakan adalah kayu asli Jepara.

Berbicara mengenai bisnis tentunya tidak dapat dipisahkan dari dua kata pemasaran, karena dapat dikatakan bahwa pemasaran adalah dasar dari kesuksesan sebuah bisnis. Persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut bisnis untuk tetap eksis dan berkembang dengan lebih efektif. Strategi adalah langkah-langkah atau upaya yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan.

Mengingat tingkat persaingan di dunia pemasaran, khususnya di industri pemasaran furnitur, banyak bermunculan pengusaha furnitur baru di era yang terkait dengan teknologi saat ini seperti *internet marketing*, *online marketing*,

digital marketing dan *multiple e-commerce platform* yang membuat pemasaran lebih mudah bagi para pebisnis. Ini membuktikan bahwa melek teknologi sangat penting saat ini, terutama bagi para pebisnis. Karena masyarakat saat ini lebih menyukai cara-cara *online* dan digital seperti belanja *online*, para pelaku bisnis mau tidak mau harus berbisnis *online* untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan mempermudah pembelian konsumen.

Untuk membangkitkan minat pembeli, pedagang harus menjaga karakteristik perdagangan yang disebutkan oleh penulis di atas, karena karakteristik ini adalah salah satu strategi untuk mempertahankan minat beli pembeli dan bagi sebagian dari mereka faktor *e-WOM*. Yang terpenting. untuk komunitas. atau pembeli. Selain *e-WOM*, masyarakat sering kali sangat gugup saat memutuskan membeli melalui promosi *internet*, karena *e-promotion* sangat mempengaruhi keputusan untuk membeli suatu barang atau produk. Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian orang adalah lokasi, karena kebanyakan orang mengeluh tentang jarak antara rumah dan kantor mereka, dan terkadang sulit untuk menemukan satu atau lebih produk. . Faktor terakhir yang mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat adalah harga, karena harga sangat mempengaruhi keputusan pembelian barang dan produk.

Beberapa faktor diatas pihak pengelola dan pedagang harus. hal tersebut, karena bisa menarik pelanggan dengan tidak mempertimbangkan pembelian produk di mebel.ukir jepara Ibrahim Jaya, dan kepuasan pelanggan merupakan prioritas dalam menarik daya pembeli.

Penelitian mengenai e-WOM dilaksanakan oleh Kartika, Mela & Raden L.G (2019), menerangkan bahwa e-WOM memiliki dampak yang positif dan

signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian seputar iklan elektronik yang dijalankan oleh Putro, C.H & Adi N. (2020), memaparkan bahwa iklan elektronik memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen, sementara penelitian lain yang dikerjakan oleh Siregar, Nurafrina, dan koleganya (2022), menghasilkan temuan bahwa iklan online memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ada juga studi yang dijalankan oleh Akbar, Nico Fa'al (2020), yang mengkaji pengaruh lokasi, dan studi ini mendapati bahwa lokasi mempunyai dampak yang signifikan pada kepuasan pelanggan. Dalam konteks ini, penelitian lain yang dilakukan oleh Ardiansyah, R. A., & Wibowo, T.S. (2020), mengungkapkan bahwa lokasi tidak memiliki pengaruh pada kepuasan pelanggan pengguna kartu kredit. Mengenai studi harga yang dilakukan oleh Putro, C.H & Adi N. (2020), ditemukan bahwa harga memiliki dampak positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Namun, studi lain yang dilaksanakan oleh Akbar, Nico Fa'al (2020), menghasilkan temuan bahwa harga memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Karena adanya perbedaan hasil penelitian variabel *e-promotion* terhadap kepuasan konsumen, maka hal tersebut menjadikan tidak jelas. Sehingga dalam penelitian ini peneliti memasukkan variabel mediasi yaitu keputusan pembelian, karena dalam penelitian yang dilakukan oleh Tirtayasa, Satria, dkk (2021) menunjukkan hasil bahwa keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, maka judul yang diambil peneliti adalah ‘PENGARUH *E-WOM*, *E-PROMOTION*, LOKASI, DAN HARGA

TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DIMEDIASI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN MEBEL UKIR JEPARA IBRAHIM JAYA DESA MADE KABUPATEN LAMONGAN”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *E-WOM* berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen Mebel Ukir Jepara Ibrahim Jaya?
2. Apakah *E-Promotion* berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen Mebel Ukir Jepara Ibrahim Jaya?
3. Apakah lokasi berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen Mebel Ukir Jepara Ibrahim Jaya?
4. Apakah harga berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen Mebel Ukir Jepara Ibrahim Jaya?
5. Apakah *E-WOM* berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian konsumen Mebel Ukir Jepara Ibrahim Jaya?
6. Apakah *E-Promotion* berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian konsumen Mebel Ukir Jepara Ibrahim Jaya?
7. Apakah lokasi berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian konsumen Mebel Ukir Jepara Ibrahim Jaya?
8. Apakah harga berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian konsumen Mebel Ukir Jepara Ibrahim Jaya?
9. Apakah keputusan pembelian berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen Mebel Ukir Jepara Ibrahim Jaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui *E-WOM* berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen.Mebel Ukir Jepara Ibrahim Jaya.
2. Untuk mengetahui *E-Promotion* berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen Mebel Ukir Jepara Ibrahim Jaya.
3. Untuk mengetahui lokasi berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen Mebel Ukir Jepara Ibrahim Jaya.
4. Untuk mengetahui harga berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen Mebel Ukir Jepara Ibrahim Jaya.
5. Untuk mengetahui *E-WOM* berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian konsumen Mebel Ukir Jepara Ibrahim Jaya.
6. Untuk mengetahui *E-Promotion* berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian konsumen Mebel Ukir Jepara Ibrahim Jaya.
7. Untuk mengetahui lokasi berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian konsumen Mebel Ukir Jepara Ibrahim Jaya.
8. Untuk mengetahui harga berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian konsumen Mebel Ukir Jepara Ibrahim Jaya.
9. Untuk mengetahui keputusan pembelian berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen Mebel Ukir Jepara Ibrahim Jaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian diharapkan dapat memperoleh manfaat yang baik bagi semua pihak, antara lain sebagai berikut :

a. Untuk pemilik usaha

Memberikan tambahan teori atau pengetahuan yang ada agar metode yang ada dapat digunakan untuk lebih meningkatkan penjualan dan untuk lebih memperhatikan faktor-faktor penting seperti *e-wom*, *e-promotion*, lokasi, dan harga yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan konsumen terhadap produk yang mereka tawarkan.

b. Untuk universitas

Memberikan manfaat sebagai sumber literatur di perpustakaan untuk referensi mahasiswa lain ketika mereka terlibat dalam penelitian ilmiah di masa depan dan bisa untuk menambah wawasan di bidang pemasaran.

c. Untuk peneliti

Peneliti dapat mengaplikasikan teori-teori yang diperoleh di perguruan tinggi khususnya dalam bidang pemasaran, dan juga dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang tidak didapatkan dalam perkuliahan.

d. Untuk pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi untuk penelitian ilmiah selanjutnya. Diharapkan juga dapat memberikan kontribusi kepada pemasar dengan memungkinkan mereka memahami perilaku, perilaku dan pemikiran konsumen sehingga pemasar dapat memasarkan produknya.