

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan yang ketat antar pengusaha kuliner menjadikan konsumen akan lebih teliti dan selektif ketika dihadapkan pada berbagai macam pilihan tempat makan. Oleh karena itu, perusahaan harus selalu memahami kebutuhan dari para konsumennya, apa yang menjadi seleranya, dan bagaimana perilaku konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan pembelian. Namun di sisi lain, keadaan pasar usaha kuliner yang heterogen dan selera konsumen yang terus berkembang membuat perusahaan kesulitan untuk mengikuti selera konsumen. Oleh karena itu, perusahaan perlu memilih segmen pasar yang paling tepat sebagai pasar sasaran dari usaha kuliner ini sendiri.

Saat ini semakin meningkat kebutuhan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan pangan, maka semakin meningkat pula keanekaragaman kebutuhan dari masyarakat dalam bidang makanan. Di Indonesia sendiri terdapat banyak sekali keanekaragaman makanan, dan pada setiap daerah mempunyai karakteristik tersendiri, dilihat dari sosial budaya, dari segi kebiasaannya. Untuk memenuhi kebutuhan dari masyarakat dalam kebutuhan pangan yang beraneka ragam maka masyarakat Indonesia semakin kreatif dan inovatif dalam membuat resep baru untuk meningkatkan kebutuhan pangan mereka sehari – hari, mereka juga kreatif dalam membuat jajanan dari berbagai daerah.

Sama halnya dengan rumah makan dari The Preanger yang membuat kudapan khas Bandung yang sudah tidak asing lagi didengar dan dirasakan oleh masyarakat kota Jember yang mayoritas menyukai jajanan dengan rasa pedas yaitu “Seblak”. Selain rasa dari seblak yang enak dan pedas harganya pun relatif murah terjangkau oleh semua kalangan dengan bahan baku yang mudah didapat serta cara pembuatannya juga cukup mudah. Nama pemilik The Preanger adalah

Reza Ramadhan. Keunikan dari Seblak The Preanger adalah memiliki konsep dan rasa yang beda dari seblak biasanya, karena Seblak The Preanger mengutamakan rasa dari rempah-rempah pada seblaknya.

Dengan hadirnya Seblak The Preanger di Jember tentu semakin memperbanyak opsi tempat makan bagi masyarakat Jember sekaligus menambah persaingan bisnis kuliner di Jember yang dapat dilihat dari data UMKM sektor penyedia akomodasi dan penyedia makan minum di Jember menyentuh angka 80.126 usaha menurut Badan Pusat Statistik Tahun 2018. Semakin banyak tingkat persaingan usaha tentu akan semakin banyak juga opsi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Keputusan pembelian konsumen adalah proses pemecahan masalah dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen (Sangadji dan Sopiah, 2013:332). Ditengah banyaknya opsi tempat makan di Jember nyatanya The Preanger cukup mendapat tempat dihati konsumen terbukti sejak *grand opening* pada 15 Mei 2017 di Jl Sumatra no 122a, Sumbersari, Jember selalu ramai dipadati pengunjung yang setiap harinya mampu menjual 300-500 porsi.

Seblak The Preanger menyediakan seblak dengan kualitas produk yang baik yaitu memiliki tekstur seblak yang kenyal dan rasa yang pas dilidah konsumen yang sudah banyak diketahui oleh para konsumen, membuat para konsumen memutuskan untuk membeli produk The Preanger. Menurut Herlambang (2014:36), kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam melaksanakan fungsinya terkait dengan daya tahan keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut yang bernilai lainnya. Dalam penentuan baik buruknya kualitas ditentukan dan dinilai konsumen berdasarkan persepsi konsumen. Suatu produk dapat dikatakan berkualitas apabila kebutuhan kebutuhan dan keinginan konsumen dapat dipenuhi.

Selain kualitas produk, citra merek pada The Preanger sudah dikenal oleh banyak orang yang mungkin membuat konsumen memutuskan mengkonsumsi produk The Preanger. Citra merek adalah sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk didalam benak konsumen (Rangkuti, 2014) dalam Sangaji dan Sopiah (2013:327). Apalagi bisnis makanan Seblak merupakan salah satu bisnis dengan tingkat persaingan yang cukup tinggi di Jember. Maka dalam tingkat persaingan

yang tinggi kepercayaan konsumen pada suatu produk memegang peranan penting dalam keputusan pembelian konsumen.

Lokasi merupakan tempat pengembangan suatu bisnis untuk mempermudah konsumen atau calon konsumen mendapatkan produk yang sudah diproduksi oleh perusahaan. Lokasi yang tepat dan strategis memudahkan akses bagi calon konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam hal ini The Preanger juga memiliki lokasi yang strategis. Dapat dibuktikan dari letak kedai dari The Preanger yang berada pada daerah kampus Jember. Sehingga sangat mudah dijangkau dan dekat dengan target pasar. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Yazid (2003:189) Lokasi yang strategis dekat dengan konsumen dan dekat dengan keramaian sehingga akan mempermudah konsumen menjangkau lokasi tersebut dan mempermudah konsumen dalam menemukan produk yang konsumen butuhkan.

Melihat kondisi dari The Preanger seperti uraian diatas maka menarik untuk dilakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek dan lokasi terhadap keputusan pembelian seblak The Preanger. Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan mengetahui proses keputusan pembelian The Preanger di Jember.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk, citra merek dan lokasi secara serempak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di The Preanger Jember?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di The Preanger Jember?
3. Apakah citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di The Preanger Jember?
4. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di The Preanger Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dikemukakan diatas, adapun tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bahwa kualitas produk, citra merek dan lokasi secara serempak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di The Preanger Jember.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di The Preanger Jember.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian di The Preanger Jember.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di The Preanger Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan diatas maka dari hasil penelitian ini diharapkan:

1. Bagi pelaku industri dapat mengetahui seberapa banyak konsumen yang membeli produk yang dijual berdasarkan pengaruh kualitas produk, citra merek dan lokasi terhadap keputusan pembelian di The Preanger Jember.
2. Sebagai bahan kajian dan ilmiah dalam perusahaan yang di teliti.
3. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dan menambah khasanah bagi peneliti yang lain.