

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman seperti pada saat ini banyak sekali persaingan dalam berbisnis, salah satunya yaitu bisnis dalam bidang kuliner. Semakin ketatnya persaingan dalam bisnis kuliner menganjurkan setiap pelaku bisnis untuk mampu memberikan perbedaan antara bisnis satu dengan yang lain sehingga memiliki keunggulan yang dapat menarik perhatian konsumen. Pelaku usaha harus mampu menjamin kepuasan dari konsumen dan tidak mengecewakannya, pelaku usaha dituntut untuk mampu memiliki sistem dan strategi pemasaran yang tepat untuk menarik minat konsumen sehingga dapat memastikan konsumen akan melakukan pembelian ulang. Untuk meyakinkan pilihan produk, perusahaan harus mampu melakukan pemasaran yang baik dan melakukan pelayanan yang memuaskan.

Pemasaran merupakan salah satu faktor yang digunakan oleh pelaku usaha untuk mampu mencapai tujuannya. Pemasaran menurut Tjiptono dan Chandra *dalam* Sudaryono (2016:38) pada hakikatnya pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui pertukaran. Sistem pemasaran yang baik akan membantu pelaku usaha untuk mencapai target yang telah ditentukan. Salah satu alat ukur yang dapat digunakan yaitu Bauran pemasaran. Menurut Kotler *dalam* Herlambang (2014:33), Bauran Pemasaran adalah sekumpulan dari variabel-variabel yang dapat dikendalikan yang digunakan oleh perusahaan untuk mengejar tingkat penjualan yang diinginkan dalam pasaran atau 4P (*Product, Price, Promotion, Place*) yang merupakan faktor internal yang berada dalam jangkauan yang dapat dikendalikan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting lain yang mampu memberikan keputusan pembeli untuk melakukan pembelian ulang. Menurut Tjiptono (2007) *dalam* Firmansyah I (2019:117) kualitas layanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.

Banyak sekali usaha rumah makan di daerah Jember. Salah satu resto yang berkembang adalah Warung Empat Mata yang didirikan kurang lebih 12 tahun. Warung Empat Mata dikelola oleh bapak Sudar dan istrinya ibu Warsini yang terletak di Jalan Letjen Panjaitan 74, Kecamatan Kebonsari Jember. Warung Empat mata merupakan salah satu resto yang menyediakan berbagai menu salah satunya yaitu nasi kabuli. Nasi Kabuli adalah nasi yang dimasak dengan mencampurkan rempah-rempah ketika melakukan proses pemasakannya. Selama resto ini melakukan penjualan nasi kabuli, tingkat penjualannya cukup tinggi walaupun terdapat beberapa resto yang menjadi pesaingnya. Pesaing dari resto nasi kabuli ini adalah resto nasi kuning maupun nasi briyani dan ada beberapa resto yang menyediakan menu yang sama yaitu nasi kabuli. Pada resto ini konsumen dapat memilih beberapa macam lauk untuk dikonsumsi dengan nasi kabuli tersebut seperti suwir ayam, ayam goreng, dan aneka masakan dari daging kambing maupun daging sapi.

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa (Herlambang, 2014:47). Besar Kecilnya harga ditentukan oleh kualitas produk dan biaya operasional yang dikeluarkan. Harga menu nasi kabuli yaitu Rp 23.000,- baik dengan lauk ayam maupun kambing.

Saluran distribusi adalah salah satu hal penting yang harus diperhatikan. Menurut Hamali (2016:205) saluran distribusi adalah suatu jaringan dari organisasi dan fungsi-fungsi yang menghubungkan produsen kepada konsumen akhir. Saluran distribusi yang diterapkan Warung Empat Mata adalah penjualan secara langsung, dimana pelanggan langsung bertransaksi langsung dengan penjual. Resto ini juga melayani pemesanan dalam jumlah besar. Lokasi Resto merupakan salah satu aspek yang terdapat dalam saluran distribusi. Lokasi Warung Empat mata berada di pinggir jalan raya namun tak banyak orang tau mengenai warung tersebut hal ini.

Menurut Nikels *dalam* Herlambang (2014:56), promosi adalah arus informasi atau persuasi 1 arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Resto Warung Empat Mata awalnya melakukan promosi menggunakan selebaran yang

diberikan kepada masyarakat, setelah itu promosi hanya mengandalkan dari mulut ke mulut. Belum ada promosi secara keseluruhan yang dilakukan pemilik Warung Empat Mata. Selain bauran pemasaran, kualitas pelayanan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian dari konsumen terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Pada Resto Warung Empat Mata pelayanannya cukup baik dan cukup memadai untuk melayani setiap konsumen yang datang. Resto Empat Mata sudah termuat pada aplikasi ojek online (Go-Food). Apalagi dalam situasi pandemi seperti saat ini dimana banyak orang enggan keluar rumah dan hampir semua kegiatan dikerjakan dirumah untuk mengantisipasi adanya penyebaran virus covid-19, sehingga mengharuskan setiap pelaku usaha untuk berusaha supaya produk yang mereka jual tetap dapat dinikmati dan terjual habis dengan meningkatkan pelayanan secara online salah satunya dengan mendaftarkan produk pada layanan pengiriman makanan seperti Gojek (Go-Food).

Variabel-variabel diatas sangat menentukan keputusan pembelian konsumen. Membuat orang tertarik dan bertahan pada suatu produk dengan menumbuhkan minat beli untuk dapat melakukan keputusan pembelian tidaklah mudah. Maka semakin ketatnya persaingan bisnis kuliner, perusahaan harus mampu mengidentifikasi perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Nasi Kabuli di Resto Warung Empat Mata Jember agar dapat memberikan masukan kepada pemilik resto terkait variabel mana yang berpengaruh signifikan dalam keputusan pembeliannya sehingga pemilik resto Warung Empat Mata mampu bersaing dengan kompetitor sejenis.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Apakah bauran pemasaran dan kualitas layanan berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian nasi kabuli di Resto warung Empat Mata, Jember?
- b. Apakah bauran pemasaran dan kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian nasi kabuli di Resto Warung Empat Mata, Jember?
- c. Variabel mana yang paling dominan terhadap keputusan pembelian nasi kabuli di Resto Warung Empat Mata, Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh bauran pemasaran dan kualitas pelayanan berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian nasi kabuli di Resto Warung Empat Mata, Jember.
- b. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh bauran pemasaran dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian nasi kabuli di Resto Warung Empat Mata, Jember.
- c. Untuk menguji dan menganalisis variabel bauran pemasaran dan kualitas pelayanan yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian nasi kabuli di Resto Warung Empat Mata, Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagi Perusahaan
Dapat digunakan sebagai bahan perkembangan usaha dengan mengetahui variabel yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian nasi kabuli Resto Warung Empat Mata Jember sehingga pemilik mampu meningkatkan kinerjanya untuk mempengaruhi minat konsumen.

b. **Bagi Pihak Lain**

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi atau bahan informasi untuk peneliti selanjutnya mengenai bauran pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.