

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri dan Bisnis di Indonesia saat ini telah berkembang pesat terutama bisnis yang bergerak di bidang makanan. Hal ini ditunjukkan dengan merebaknya usaha-usaha makanan yang baru hadir. Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur jumlah bisnis usaha rumah makan atau restoran di Provinsi Jawa Timur mengalami peningkatan dari taun ke tahunnya. Pada tahun 2016 jumlah bisnis rumah makan yang ada sebanyak 3007, tahun 2016 meningkat sebanyak 3432 dan pada tahun 2018 meningkat lagi sebanyak 4169.

Makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok bagi semua orang. Pada umumnya terdapat dua jenis makanan yang dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia, diantaranya adalah makanan tradisional dan makanan modern. Makanan tradisional memiliki sifat yang sederhana baik dari bahan, cara pengolahan maupun bentuk penyajiannya. Pada masa awal modernisasi, fenomena merebaknya makanan modern mampu mengesampingkan keberadaan makanan tradisional. Namun, seiring berjalannya waktu makanan tradisional perlahan-lahan mulai bangkit dan menunjukkan eksistensinya melalui inovasi-inovasi yang telah dilakukan. Terdapat beberapa jenis makanan tradisional yang mampu menunjukkan eksistensinya. Salah satu jenis makanan tradisional yang beberapa tahun terakhir digemari oleh masyarakat terutama kalangan remaja atau anak muda adalah seblak. Hal ini dapat ditunjukkan dengan merebaknya usaha-usaha kuliner seblak di berbagai daerah dan di beberapa mall maupun pusat perbelanjaan yang ada di Indonesia.

Seblak merupakan makanan tradisional khas Bandung, Jawa Barat. Seblak memiliki citarasa pedas dan gurih. Bahan baku utama pembuatan seblak yaitu kerupuk dan bahan pelengkapannya adalah bumbu, sayuran, telur dan beberapa topping lainnya seperti mie, sosis, ceker ayam, dan siomay. Seblak memiliki tekstur yang kenyal dengan citarasa unik. Citarasa yang unik membawa seblak mampu berkembang luas di seluruh daerah Indonesia. Pada awalnya seblak hanya

dikenal dan dikonsumsi oleh masyarakat daerah Jawa Barat saja, akan tetapi sekarang kedai-kedai yang menjual seblak sudah ada di berbagai daerah termasuk Jember.

The Preanger Authentic Bandung Culinary merupakan salah satu pelaku usaha yang menawarkan produk seblak. Kedai The Preanger Authentic Bandung Culinary berada di Jl. Sumatra No. 122a, Tegal Boto Lor, Sumbersari, Kec. Sumbersari, Kabupaten Jember, Jawa Timur. The Preanger Authentic Bandung Culinary didirikan pada tahun 2017 di awal merebaknya tren usaha kuliner seblak di Jember. Merebaknya usaha kuliner seblak di Jember memunculkan banyak pelaku-pelaku usaha lain yang menawarkan produk sejenis, sehingga dapat mengakibatkan adanya persaingan yang ketat di antara pelaku usaha. Dengan adanya persaingan tersebut The Preanger Authentic Bandung Culinary berusaha untuk dapat memberikan yang terbaik sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen agar mampu bertahan di tengah persaingan yang ada. Selain itu, hal tersebut dilakukan agar mendapatkan kepercayaan serta image yang baik di mata konsumen sehingga konsumen akan senantiasa datang dan melakukan pembelian.

Nitisusastro (2013:194) mengemukakan bahwa keputusan konsumen dalam membeli merangkum tiga tahapan proses yaitu proses masuknya informasi, proses pertimbangan konsumen dalam membeli, dan diakhiri dengan proses pengambilan keputusan oleh konsumen. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, salah satunya adalah Brand Image atau Citra Merek. Merek merupakan nama, identitas dan simbol yang dimiliki suatu produk yang dapat dijadikan sebagai pembeda suatu produk dengan produk lainnya. Sutisna (2002:83) mendefinisikan citra merek sebagai jumlah dari gambaran-gambaran, kesan-kesan, dan keyakinan-keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek. Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Seblak Preanger menjadi salah satu merek seblak yang banyak dikenal masyarakat Jember terutama kalangan muda. Citra merek seblak Preanger sudah mulai dibangun sejak awal berdirinya melalui berbagai media sosial. Preanger kata yang cukup asing di

telaga masyarakat jember sehingga menimbulkan persepsi yang belum cukup menggambarkan produk dan kurang meyakinkan konsumen.

Selain brand image, faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah kualitas produk. Kualitas produk yang baik merupakan harapan konsumen yang harus dipenuhi oleh perusahaan. Konsumen selalu berharap agar barang yang dibelinya dapat memuaskan segala keinginan dan kebutuhannya. The preanger menawarkan produk yang memiliki citarasa yang khas dan unik. Citarasa yang konsinsten atau tidak berubah dari waktu ke waktu menjadi salah satu bentuk kualitas produk yang harus dijaga. Perubahan citarasa yang dianggap tidak seperti sebelumnya akan mempengaruhi persepsi konsumen. Selain itu, The Preanger memberikan penyajian tampilan produk yang kurang menarik dan rapi. Kualitas produk yang tidak sesuai dengan harapan konsumen akan menjadi bahan pertimbangan konsumen sehingga akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Faktor lain yang tidak kalah penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah faktor yang menentukan tingkat keberhasilan suatu perusahaan dimana kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen dan sebagai strategi perusahaan untuk mempertahankan diri dan mencapai kesuksesan dalam menghadapi persaingan (Lupiyoadi, 2013 dalam Sejati, 2016). The preanger berusaha memberikan pelayanan yang terbaik dengan menyediakan fasilitas dan merekrut karyawan-karyawan yang handal. Fasilitas tempat yang terbatas sehingga konsumen tidak dapat leluasa pada saat makan ditempat apabila terjadi keramaian dan jumlah karyawan yang terbatas juga mengakibatkan pelayanan sedikit lamban dan tidak cukup cekatan. Hal ini juga menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan pembelian di tempat.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk menganalisis lebih lanjut mengenai perilaku konsumen dalam memberikan keputusan pembelian pada The Preanger dengan judul “Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan

Pembelian Seblak Di The Preanger Aunthetic Bandung Culinary Jember” untuk mengetahui variabel mana yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, maka dapat di rumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah variabel Brand Image, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan secara serempak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian seblak di The Preanger Authentic Bandung Culinary Kabupaten Jember?
2. Apakah variabel Brand Image secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian seblak di The Preanger Authentic Bandung Culinary Kabupaten Jember?
3. Apakah variabel Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian seblak di The Preanger Authentic Bandung Culinary Kabupaten Jember?
4. Apakah variabel Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian seblak di The Preanger Authentic Bandung Culinary Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis variabel Brand Image, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan secara serempak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian seblak pada The Preanger Authentic Bandung Culinary Kabupaten Jember.
2. Untuk menganalisis variabel Brand Image secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian seblak pada The Preanger Authentic Bandung Culinary Kabupaten Jember.

3. Untuk menganalisis variabel Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian seblak pada The Preanger Authentic Bandung Culinary Kabupaten Jember.
4. Untuk menganalisis variabel Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian seblak pada The Preanger Authentic Bandung Culinary Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat

Berdasarkan tujuan penelitian yang sudah diuraikan, maka dapat diuraikan manfaat penelitian sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan diperguruan tinggi, dan dapat menambah ilmu pengetahuan dalam memahami perilaku konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan pembelian seblak pada Kedai The Preanger Authentic Bandung Culinary Kabupaten Jember.

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi perusahaan untuk mengetahui variabel-variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sehingga perusahaan akan lebih mudah melakukan pengembangan produk.

3. Bagi peneliti lain

Penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar informasi dan referensi untuk penelitian selanjutnya pada waktu yang akan datang.