

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Di masa sekarang terjadi banyak sekali perubahan serta kemajuan pada dunia bisnis terutama pada bidang kuliner. Perubahan yang paling menonjol terlihat pada pola pikir masyarakat, dimana dengan adanya kemajuan teknologi pola hidup masyarakat itu sendiri juga berubah seiring dengan perkembangan zaman. Perubahan ini tidak langsung ini juga menuntut kita dalam mengimbangi kehidupan sehari-hari. Salah satu akibat dari perkembangan ini ditandai dengan adanya kemunculan berbagai macam bisnis di bidang kuliner dengan produk-produk baru yang ditawarkan.

Bagi konsumen adanya fenomena ini menjadi salah satu alternatif bagi mereka untuk menentukan produk yang cocok dengan apa yang mereka butuhkan sehari-hari. Namun bagi pebisnis hal ini menjadi salah satu ancaman bagi kelangsungan hidup perusahaan kuliner mereka, karena dengan semakin menjamurnya bisnis-bisnis kuliner yang ada membuat ketatnya kompetisi yang akan terjadi pada bisnis tersebut. Kompetisi di bidang kuliner yang menjadi semakin ketat mengharuskan para pebisnis berlomba-lomba dalam menciptakan produk yang lebih baik dengan kualitas pelayanan yang baik serta berlomba-lomba menawarkan harga terbaik yang dikemas melalui strategi promosi yang kekinian. Hal itu dilakukan demi untuk meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen. Dengan banyaknya bisnis terutama dalam bidang kuliner di Kota Malang ini

membuat konsumen lebih pro aktif dan juga selektif dalam melakukan keputusan pembelian, hal tersebut biasanya di dasari oleh kenyamanan dalam pelayanan. Didukung dengan meningkatnya perkembangan teknologi ini membuat perilaku konsumen selalu berubah-ubah sehingga tuntutan konsumen dari segi kualitas pelayanan, harga dan promosi menjadi fokus utama industri dibidang kuliner

Ayam Goreng Nelongso sebagai salah satu perusahaan yang bergelut di dunia kuliner tentunya harus mempertimbangkan beberapa faktor yang tentunya dapat menarik konsumen untuk mencari informasi mengenai produk dan menarik konsumen agar datang membeli produk yang ditawarkan sehingga menciptakan keputusan pembelian. Indrasena (2022) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah tujuan utama para pebisnis, hal ini terjadi karena konsumen akan sukarela mengeluarkan uangnya untuk mendapatkan produk yang di inginkannya. Proses keputusan pembelian ini menjadi salah satu bagian dari perilaku konsumen tentang bagaimana individu, kelompok ataupun organisasi dalam memilih, membeli serta memakai produk maupun layanan guna mencukupi kebutuhan dan keinginan mereka. Salah satu cara dalam meningkatkan keputusan pembelian pada persaingan ketat bisnis kuliner adalah dengan mempengaruhi keputusan pembelian salah satunya yaitu kualitas pelayanan. Arianto (2003) menyatakan bahwa kualitas layanan bisa didefinisikan sebagai focus tidak hanya pada ketepatan waktu dalam memenuhi keinginan para pelanggan tetapi juga pada pemenuhan kebutuhan mereka.

Kualitas pelayanan juga berlaku di semua macam layanan yang diberikan oleh suatu bisnis ketika pelanggan bekerja pada bisnis tersebut. Sehingga dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu layanan yang diharapkan bisa mencukupi kebutuhan serta keinginan konsumen, hal ini mencakup berbagai aspek seperti keramahan, responsive, dan efisien. Sehingga dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam membangun hubungan positif antara pebisnis dengan konsumen dalam mencapai kesuksesan bisnis.

Selain kualitas pelayanan, dalam meningkatkan keputusan pembelian salah satu hal perlu di perhatikan yaitu harga. Tjiptono (2014) menyatakan bahwa harga adalah satuan ukuran nilai produk, harga juga menjadi faktor yang perlu dipertimbangkan konsumen dalam proses pembelian produk sehingga perhatian khusus harus diberikan dalam menentukan harga. Harga suatu produk merupakan ukuran kepuasan konsumen terhadap produk yang dibeli dalam artian konsumen akan membayar perapapun jumlah nominal untuk suatu produk jika konsumen tersebut mendapatkan kepuasan yang diinginkan. Salah satu hal yang harus di perhatikan juga yaitu promosi. Promosi adalah bentuk komunikasi bisnis oleh perusahaan pada konsumen yang bersifat membujuk ataupun mempengaruhi. Promosi dijelaskan sebagai kegiatan pemasaran yang didalamnya bertujuan untuk menyebarkan informasi, membujuk atau meningkatkan target pasar supaya produk yang di tawarkan bisa diterima oleh para konsumen (Tjiptono, 2014).

Di kota Malang sendiri tingkat persaingan pada bisnis kuliner sangat tinggi, hal ini dikarenakan kota Malang terkenal sebagai kota dengan sentra wisata dan menjadi salah satu kota penidikan, sehingga banyak wisatawan dan juga mahasiswa dari berbagai penjuru nusantara yang berada dan menetap di kota Malang. Maka dari itu para pengusaha secara terang terangan menjadikan fenomena ini untuk ladang bisnis terutama pada bidang kuliner. Salah satu bisnis kuliner yang *familiar* dikalangan mahasiswa yaitu Ayam Goreng Nelongso. Tempat makan yang menjadi salah satu tujuan pertama mahasiswa karena harga yang ramah dikantong dan kuliner ini beda dari yang lain karena menawarkan berbagai macam variasi menu makanan seperti ayam crispy, ayam bakar, ayam makmur, chicken pokpok dan juga banyak menyediakan variasi sambal seperti sambal bawang, sambal matah, sambal geprek, sambal terasi dan lain lain. Kondisi ini menjadikan sesuatu yang menarik untuk diperhatikan dari berbagai macam elemen yang dilakukan oleh Ayam Goreng Nelongso. Hal tersebut tak luput dari adanya faktor-faktor tertentu yang mempengaruhi penjualan, salah satunya yaitu dengan memahami kebutuhan konsumen.

Adapun penelitian yang dilakukan Banjarnahor (2018) dalam penelitiannya “pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap proses keputusan pembelian jasa taksi blue bird di kota bandung” menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif tapi tidak signifikan dan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga juga promosi terhadap keputusan pembelian secara parsial. Serta

kualitas pelayanan, harga, dan promosi secara simultan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian. Didukung juga dengan penelitian Wibowo dan Rahayu (2021) dalam penelitiannya “pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pesan antar makanan gofood di kota solo” menyatakan, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian serta promosi mempunyai pengaruh positif tetapi tidak signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Namun disaat yang sama kualitas pelayanan, harga dan promosi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Dari latar belakang diatas, membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ayam Goreng Nelongso (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen angkatan 2020 Universitas Merdeka Malang)”

B. Perumusan Masalah

1. Bagaimana deskripsi kualitas pelayanan, harga, promosi dan keputusan pembelian Ayam Goreng Nelongso?
2. Apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Ayam Goreng Nelongso?
3. Apakah harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Ayam Goreng Nelongso?
4. Apakah promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Ayam Goreng Nelongso?

5. Apakah kualitas pelayanan, harga dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Ayam Goreng Nelongso?
6. Manakah diantara kualitas pelayanan, harga dan promosi yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian Ayam Goreng Nelongso.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui deskripsi kualitas pelayanan, harga, promosi dan keputusan pembelian Ayam Goreng Nelongso.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Ayam Goreng Nelongso.
3. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Ayam Goreng Nelongso.
4. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian Ayam Goreng Nelongso.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian Ayam Goreng Nelongso.
6. Untuk mengetahui diantara kualitas pelayanan, harga dan promosi manakah yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian Ayam Goreng Nelongso.

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran khususnya

sebagai referensi jika terdapat penelitian lebih lanjut yang merujuk pada sejauh mana keefektivitasan kualitas pelayanan, harga, promosi, dan keputusan pembelian

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis pada penelitian ini yang ingin dicapai bagi beberapa pihak lain antara lain :

a. Bagi Akademisi

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan tambahan ilmu kepada Universitas Merdeka Malang untuk dijadikan bahan acuan dan pertimbangan dalam penulisan karya ilmiah lainnya.

b. Bagi pihak Lain

Peneliti berharap bisa memberikan kontribusi kepada civitas akademika yang akan melakukan penelitian dan memperluas pengalaman serta wawasan dalam menerapkan ilmu yang diperoleh selama menempuh studi di Universitas Merdeka Malang.