

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Manajemen Pemasaran selalu berhubungan dengan memenuhi kebutuhan pelanggan. Dan manajemen pemasaran berusaha memahami kegiatan konsumen, menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada konsumen. Suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain (Daryanto 2018).

Menurut Wiwin Novitasari (2017) Kewirausahaan berasal dari kata wira dan usaha, kemudian diberi imbuhan ke-an. Wira dapat diartikan sebagai pahlawan, pejuang atau gagah berani, sedangkan usaha adalah bekerja atau melakukan sesuatu. Kewirausahaan (*entrepreneurship*) adalah perilaku penuh semangat dengan adanya keberanian untuk mengambil resiko sehingga menjadi kreatif dan berkembang. Di tengah era globalisasi yang semakin bergerak dengan cepat, kemunculan usaha-usaha skala mikro kecil menengah semakin ramai di tengah masyarakat. Berbagai pondasi pengetahuan seperti wawasan dasar dan setiap hal yang diperlukan untuk memulai sebuah bisnis menjadi kebutuhan bagi seorang wirausaha saat ini (Ekawarti & Sari, 2021).

Menurut Anggraeni (2021) menyebutkan bahwa UMKM atau kepanjangannya Usaha Mikro Kecil Menengah adalah pembangunan ekonomi kerakyatan dalam skala nasional. Pelatihan terhadap pelaku UMKM sangat diperlukan dari dukungan berbagai pihak terkait secara profesional dan terintegrasi.

Seperti yang diketahui UMKM dalam bidang kuliner telah merajalela dan saling bersaing untuk mempertahankan usahanya dari para pesaing sejenis, maka dibuka tersebut pelaku UMKM di bidang kuliner ini wajib menghadirkan inovasi dan modernisasi agar selalu bisa berkembang kedepannya. Salah satunya yaitu bisnis kuliner merupakan jenis usaha yang terus berkembang dan banyak perluasan yang berbagai perkembangan usaha, semakin dikenal dan menjadi pilihan utama calon konsumen, agar dikenal perlu melaksanakan kebijakan kreatif guna pemasaran produk agar rencana pencapaian konsumen dan menimbulkan keputusan pembelian konsumen. Yang harus dilakukan oleh pemilik bisnis angkringan sehingga konsumen yang datang melakukan pembelian. Langkah kreatif dari bisnis angkringan didasarkan pada kondisi serta trend dari pasar, agar mencapai target yang diinginkan.

Angkringan menjadi sebuah *alternative* untuk membangun bisnis dengan modal yang terjangkau, keistimewaan dari usaha ini adalah tidak mengenal adanya lapisan masyarakat, dan tak sampai itu angkringan itu sudah menjadi *iconic* di kota Yogyakarta atau biasa disebut dengan jogja. Angkringan tersebut berupa warung tenda sederhana yang menjual makanan dan minuman menggunakan gerobak dorong yang *identic* dengan keramahan dan suasana dalam santai.

Angkringan dalam Bahasa jawa adalah tempat duduk-duduk bersama teman sejawat untuk mengobrol hingga berjam-jam sambil menikmati minuman dan makanan ringan, angkringan merupakan sarana untuk bersosialisasi masyarakat. Lokasi Angkringan ini berada di Jalan Awikoen Tirta, Kebomas, letak dari angkringan itu sendiri di area Pucem, Pucem itu sendiri yang artinya adalah

Kawasan Putri Cempo yang berada di Giri. Angkringan ini biasanya buka jam 5 sore sampai tengah malam. Dan menu yang ditawarkan diangkringan ini adalah nasi bakar, sate usus, ceker bakar sate puyu dan beraneka ragam makan lainnya. Minum yang disediakan juga berbagai macam seperti wedang jahe, wedang uwu, susu jahe, kopi, dan teh manis.

Masyarakat juga mencari suasana dan pemandangan yang nyaman dan menarik perubahan tersebut menyebabkan munculnya persaingan dibidang kuliner. salah satu adalah fenomena menjamurnya pada angkringan moro dw yang saat ini sedang ramai di kunjungi oleh kalangan generasi milenial masyarakat Gresik khususnya di Desa Giri untuk melakukan pembelian di angkringan dikarenakan rasanya yang enak menjadi sebuah gaya hidup baru.

Keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian (Tjiptono, 2017:21). Saat seseorang memutuskan untuk membeli sesuatu, ada banyak faktor yang dapat mendorong dan menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan pembelian suatu produk antara lain dari perilaku konsumen itu sendiri. Saat ini perilaku konsumen dalam membeli produk baik itu barang maupun jasa selalu berubah-ubah dan lebih mengikuti keinginan atau trend yang sedang berkembang. Pertimbangan seorang konsumen dalam melakukan keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satu faktor yang dapat mendorong konsumen untuk memutuskan melakukan pembelian yaitu harga.

Faktor lain yang tidak kalah penting juga dalam mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kualitas pelayanan Menurut Tjiptono, (2012), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut akan memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan tingkat kondisi baik buruknya pelayanan atau yang diberikan oleh penjual kepada konsumen. Menurut Tjiptono, (2019), harga adalah nilai dimana pelanggan bersedia membayar untuk produk atau layanan tertentu berdasarkan persepsi mereka. Harga merupakan faktor penting dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan teknik penerapan harga yang sembarangan dapat membuat pelanggan menjauh. Harga sering menjadi sebuah pertimbangan bagi para konsumen dalam membeli produk. Konsumen akan melakukan perbandingan harga dengan rasa yang diberikan dari suatu makanan yang telah dibelinya. Oleh karena itu, pelaku usaha harus dapat menentukan harga makanan dengan memperhatikan beberapa faktornya agar harga yang diberikan tepat dan dapat menciptakan keputusan pembelian konsumen seraca berulang-ulang.

Setelah melihat informasi diatas maka permasalahan yang muncul di Angkringan adalah mengenai variabel kualitas pelayanan ini yang kurang cepat dalam melayani konsumennya dikarenakan banyaknya konsumen yang memesan dan makanan tersebut tidak langsung jadi harus melakukan proses pemanggangan terlebih dahulu, sehingga cukup banyak konsumen yang mengeluh atas pelayanan Angkringan Moro dw ini. Dan selain itu harga yang ditawarkan di Angkringan ini beragam tergantung menu yang dipilih, dan tak sampai disitu angkringan tersebut

dapat *complain* dari pelanggan terhadap harga yang masih terbilang cukup mahal oleh pelanggannya.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam dengan judul “PENGARUH KUALITAS LAYANAN, DAN HARGA, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ANGKRINGAN MORO DW”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Angkringan Moro DW?
2. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Angkringan Moro DW?
3. Apakah kualitas layanan, dan harga, berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Angkringan Moro DW?

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian ini terarah dan tidak menyimpang dari pokok masalah dan cakupan topik serta yang diinginkan maka penulis membatasi masalah penelitian ini pada kualitas pelayanan, harga, terhadap keputusan pembelian angkringan moro dw.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut diatas maka tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di Angkringan Moro DW.
2. Untuk mengetahui harga berpengaruh secara parsial terhadap pembelian di Angkringan Moro DW.
3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan, harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di Angkringan Moro DW.

1.5. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi:

1. Manfaat secara Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan informasi tentang penyebab yang dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian di Angkringan Moro DW. Dan juga memberikan ilmu pengetahuan terutama di bidang pemasaran tentang penyebab yang mempengaruhi keputusan pembelian.

2. Manfaat secara Praktis

- a. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi saya sebagai penulis untuk mengembangkan ilmu yang sudah penulis peroleh selama perkuliahan. Dan dapat memberikan ilmu baru, berupa sebuah pengalaman yang berharga dan menambah wawasan penelitian dalam menggunakan

penggunaan metode penelitian, serta bisa sebagai ajang sarana pelatihan diri untuk terbiasa meneliti masyarakat luar sebagai akademik dibidang ilmu pengetahuan social.

b. Bagi universitas

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan ilmu sosial, baik bagi Universitas Gresik maupun universitas lainnya, sehingga secara umum dapat memberikan kontribusi bagi kajian ilmu pengetahuan social.

c. Bagi masyarakat

Mencoba menggali lebih dalam mengenai potensi-potensi usaha informal angkringan yang dapat mempertahankan nilai-nilai jawa ditengah-tengah masyarakat Kota Gresik yang sudah semakin heterog.