

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Fenomena yang berkembang dalam masyarakat dunia ketiga termasuk Indonesia yaitu adanya kecenderungan terjadinya perubahan gaya hidup/*life style* (Zanah, 2019).

Generasi muda sangat suka makan dan menghabiskan waktu ke *mall*, ke *cafe* dan tentunya dengan makanan makanan yang siap saji seperti, roket *chicken*, *doremi pizza* dan lain sebagainya. Kondisi ini sangat dimungkinkan karena adanya sistem penjualan yang modern dan mampu mempengaruhi penduduk Indonesia untuk mengkonsumsinya, tidak terkecuali makanan dari negara Italia, yaitu *pizza*.

Makanan ini ada jenis-jenisnya yang banyak digemari oleh masyarakat Indonesia dari segala umur dan kalangan. Perubahan pola konsumsi makanan yang merupakan gaya hidup masyarakat pada saat ini, kepraktisan dan cita rasanya membuat semakin laris dalam makanan jenis apapun itu. Pada saat itu banyak yang bermunculan pesaing-pesaing dalam bidang makanan yang mengharuskan para usaha yang harus memperhatikan apa saja yang akan dibutuhkan oleh para konsumen. Konsumen merasakan sangat puas dengan pelayanan *outlet*.

Berbagai usaha yang akan dilakukan oleh suatu penjual untuk menciptakan kepuasan untuk para pelanggannya yang signifikan agar dapat bertahan dan akan berkembang dalam persaingan yang sangatlah tinggi. Persaingan antara

perusahaan penghasil produk makanan cepat saji saat ini juga akan sangat kompetitif *liwe*.

Menurut Zanah (2019) Konsumen cenderung akan membeli produk dengan merek yang sudah dikenal karena mereka akan merasa aman dengan sesuatu yang dikenal. dengan kata lain, sebuah merek yang sangat dikenal dan mempunyai kemungkinan yang bisa diandalkan. Kualitas layanan yang baik serta kepuasan para pelanggan dapat memengaruhi intensitas kunjungan (Zanah, 2019). Kualitas layanan adalah permulaan dan kepuasan para pelanggan. Pelanggan dalam menilai kualitas layanan tidak hanya berdasarkan pada hasil dari suatu layanan, tetapi akan juga memperhatikan proses pemberian layanan tersebut. *{Formatting Citation}* menyatakan *service quality is the customer perception of the superiority of the service*. Hal ini berarti kualitas layanan sangatlah dipengaruhi oleh persepsi pelanggan.

Oleh karena itu, pihak manajemen akan harus berusaha memberikan layanan yang terbaik agar dapat memenuhi dan bahkan mampu melampaui keinginan pelanggan keputusan pembelian merupakan usaha konsumen untuk mengidentifikasi semua pilihan yang akan mungkin untuk memecahkan persoalan itu dan akan menilai pilihan secara sistematis dan obyektif serta sasaran yang akan menentukan keuntungan serta kerugian masing-masing.

Faktor-faktor yang akan memengaruhi keputusan pembelian yang akan berhubungan dengan rangsangan pemasaran. rangsangan pemasaran adalah produk (merek, rasa, kemasan, kualitas), promosi (periklanan, personal selling,

publisitas dan promosi penjualan), distribusi (*aksestabilitas*), serta pelayanan dan harga (Zanah, 2019).

Guna mempertahankan jumlah pengunjung yang akan datang, maka pihak Pizza Doremi Lumajang akan berusaha semaksimal mungkin untuk menciptakan kesadaran merek kepada para pelanggan bahwa Doremi Pizza Lumajang adalah merek yang selalu menjaga kualitas dengan melalui promosi. Disamping itu pihak penjual juga akan memberikan keragaman menu dan kualitas pelayanan yang sangat baik agar para konsumen merasa senang dan tidak bosan dengan menu yang disajikan oleh Doremi Pizza Lumajang. Seperti halnya industri makanan dan minuman yang berkembang pesat di Indonesia ini, baik produk dalam negeri maupun produk dari luar negeri, menjadikan persaingan bisnis yang semakin ketat dan kompetitif. Setiap perusahaan yang bersaing untuk mendapatkan pasar dengan melakukan berbagai upaya pemasaran baik dengan inovasi produk juga dalam hal harga.

Industri makanan dan minuman akan menjadi salah satu sebuah produk yang banyak diminati oleh konsumen, oleh karena itu kebutuhan akan makan dan minum untuk kebutuhan sehari - hari tidak bisa dapat digantikan dengan kebutuhan lainnya. Hal ini tampaknya ditangkap oleh pelaku bisnis untuk meraup keuntungan dalam industri makanan dan minuman. Mengingat bahwa bisnis makanan dan minuman tidak akan ada habisnya dan konsumen akan tetap memenuhi kebutuhan tersebut. Restoran yang cepat saji akan menjadi pilihan parakonsumen karena kepraktisan dan cepat dalam hal melayani, terutama bagi orang-orang yang di daerah perkotaan dan tidak memiliki cukup waktu untuk

membuat makanan mereka sendiri karena adanya kesibukan dalam kegiatan mereka. Sehingga, mereka lebih memilih makanan cepat saji yang tidak memerlukan waktu yang cukup panjang dalam pelayanannya. Doremi pizza lumajang adalah perusahaan pemegang hak waralaba tunggal Doremi Pizza Lumajang. kehadiran doremi Pizza sangat menguntungkan konsumen, menyadari bahwa doremi pizza termasuk restoran cepat saji yang dimana konsumen tidak perlu waktu lama untuk mendapatkannya. Selain cepat dan praktis, restoran doremi pizza akan memberikan kenyamanan dalam pelayanan dan juga suasana di tempat makannya.

Kepuasan pelanggan adalah hal yang paling utama, karena pelanggan akan merasa puas karna kualitas playanannya sangat memuaskan. Selain itu, pelanggan akan menjadi pelanggan yang setia, restoran ini memiliki citra merek yang baik, dilatar belakangi *lifestyle* masyarakat sekarang yang pada umumnya dengan kondisi kota yang macet, kesibukan di kantor dan juga sekedar kebersamaan keluarga yang terjaga di dalam rumah. Dan juga tempat dan fasilitas yang terkesan mewah dan nyaman, mendorong konsumen ingin selalu datang ke gerai doremi pizza. Oleh karena itu, doremi pizza selalu berusaha akan memberikan yang terbaik kepada pelanggan agar tercipta produk yang memiliki citra merek dan berkualitas.

Doremi pizza menawarkan harga yang cukup murah dibandingkan dengan restoran pizza lainnya. Namun doremi pizza berusaha memberikan produk yang berkualitas dan pelayanan yang terbaik kepada pelangganya. Doremi pizza menetapkan harga yang tepat karena konsumen saat ini lebih selektif dalam

mengevaluasi suatu produk. Mengingat apabila harga yang ditawarkan relatif lebih tinggi dibandingkan harga pesaing, sedangkan kualitas produk relatif sama, tentunya mengakibatkan permintaan akan produk yang kita tawarkan akan lebih rendah dibanding pesaing. Sedangkan apabila harga yang ditawarkan lebih rendah dari harga saingan sedangkan kualitas barang tersebut relatif sama, maka permintaan akan barang yang ditawarkan cenderung meningkat. Selain berinovasi untuk produk agar dapat bersaing, perusahaan harus mempunyai beberapa menu yang membuat konsumen tertarik membelinya dan juga tidak akan bosan jika menyanya tidak bermacam macam.

Merek menjadi komponen penting dalam bisnis, karena keberadaan mereka mempermudah konsumen mengidentifikasi suatu produk. Seperti yang dikemukakan dalam penelitian sebelumnya oleh (Kotler 2012) menjelaskan bahwa dengan menaikkan tujuan atau perhatian pada kualitas produk, sebuah brand yang dapat menciptakan sebuah perbedaan posisi yang memotivasi konsumen. Dengan adanya merek, nilai jual yang diharapkan akan ditingkatkan, strategi lebih bisa dijalankan dengan rencana dan mempunyai daya saing terhadap menu menu yang ada di doremi pizza Citra merek (*brand image*) melekat di benak parakonsumen, dan juga akan terbentuk karena adanya kesadaran merek.

Kesadaran merek (*brand awareness*) menggambarkan pelanggan dalam mengidentifikasi merek di situasi yang berbeda (Kotler, 2014). Kesadaran merek akan menggambarkan keberadaan merek di dalam pikiran parakonsumen yang akan menjadi penentu dalam beberapa kategori. Kualitas menjadi hal paling dominan dan sangat penting dalam menentukan kesediaan konsumen

membayar harga premium suatu produk. Karena sebagian besar parakonsumen akan membeli macam macam menu yang ada di doremi pizza, kualitas akan menjadi hal yang paling utama yang diperhatikan oleh konsumen. Kualitas adalah sebuah standar yang di kompromi dan hasil yang luar biasa, hubungan antara nilai dan harga akan mempertimbangkan kesesuaian antara perfoma (*performance*) dan harga, kualitas akan menjadi keunggulan yang sangat terjangkau (*Lovelock*, 2010). Persaingan dalam dunia bisnis sepertinya tidak dapat dihindari karena konsumen semakin pintar, *selektif* dan bervariasi dalam memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Sehingga, doremi pizza yang akan selalu siap menghadapi persaingan. ada beberapa menu di Doremi Pizza Lumajang seperti gambar di bawah ini :



Gambar 1.1 Aneka Macam Pizza

Sumber: Doremi Pizza

Beberapa menu di doremi pizza banyak di sukai orang remaja, anak anak dan orangtua. Dan juga menu di doremi pizza bisa jadi makanan siap saji dan bisa di kirim melalui gojek, *E-trans* dan bisa menunggu di rumah tanpa perlu ke outlet. Alamat doremi pizza bertepatan di “Jalan K. Haji Wahid Hasyim No.12, Tompokersan, Lumajang, Tompokersan, Kec. Lumajang, Kabupaten Lumajang, Jawa Timur 67316. berdasar uraian latar belakang masalah tersebut, peneliti

tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan judul Analisis Pengaruh Kesadaran Merk, Keragaman Menu, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli di “Doremi Pizza Lumajang”.

1.2 Batasan Masalah

Batasan masalah yang dihadapi penulis adalah kurangnya waktu untuk meneliti lebih pada Doremi Pizza Lumajang. Peneliti hanya mengkaji dan membatasi pada ruang lingkup masalah dari berhubungan dengan kepemimpinan kerja, motivasi kerja, lingkungan kerja dan disiplin kerja pada Doremi Pizza Lumajang.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan di atas, maka pertanyaan dalam rumusan masalah ini adalah:

- a. Bagaimana pengaruh merek terhadap keputusan pembeli Doremi Pizza Lumajang?
- b. Bagaimana pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembeli Doremi Pizza Lumajang?
- c. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan pembeli Doremi Pizza Lumajang?
- d. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembeli Doremi Pizza Lumajang?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh merek terhadap keputusan pembeli Doremi Pizza Lumajang.
- b. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembeli Doremi Pizza Lumajang.
- c. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembeli Doremi Pizza Lumajang.
- d. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembeli Doremi Pizza Lumajang.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat antara lain:

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini di harapkan dapat menambah pengetahuan dalam menganalisis persoalan berdasarkan teori yang telah di peroleh di bangku kuliah dengan kenyataan yang ada.

- b. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan dalam menganalisis pengaruh kesadaran merek, keragaman produk, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

- c. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan sebagai tambahan dalam daftar kepustakaan serta tambahan informasi khususnya mengenai pengaruh kesadaran merek, keragaman produk, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.