

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat di Indonesia, banyak individu yang terdorong untuk memulai usaha mereka sendiri, mengakibatkan lonjakan jumlah pesaing di pasar. Sehingga dari banyaknya pesaing membuat pengusaha harus bisa menciptakan bisnis yang kreatif, inovatif dan bisa menyusun strategi yang tentunya lebih unggul dari pesaing guna mempertahankan bisnisnya. Perusahaan juga harus dapat memenuhi keinginan konsumen yang tentunya semakin menarik perhatian. Hal ini memiliki pengaruh signifikan pada pembelian konsumen karena seiring produk tersebut berkembang, pelanggan akan lebih agresif dalam pembelian mereka untuk memenuhi permintaan saat ini.

Di antara berbagai komersial yang terjadi saat ini, industri kuliner adalah salah satu perusahaan yang telah mengalami pengembangan yang cepat. Perkembangan ini didorong oleh permintaan makanan yang tinggi. Selain itu, makanan juga merupakan kebutuhan manusia yang mendasar. Ini akan menjadi pemangku kepentingan ekonomi baru untuk memasuki industri kuliner. Pengembangan bisnis sangat berpengaruh dalam pengenalan produk baru.

Diantaranya bisnis dibidang makanan adalah seperti rumah makan. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menyatakan bahwa istilah rumah makan merupakan usaha yang menyediakan makan kepada umum sambil menyediakan tempat dan menetapkan harga untuk makanan serta pelayanannya. Makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar manusia yang esensial untuk mempertahankan

kelangsungan hidup dan kesehatan. Terlebih lagi, pertumbuhan beragam produk kuliner baru, didukung oleh tren "wisata kuliner" dan kebiasaan mencoba aneka jenis makanan, menunjukkan potensi besar dalam industri ini (Retno Intan et al., 2021)

Banyaknya usaha rumah makan menunjukkan bahwa perkembangan tersebut meningkat, yang menyebabkan persaingan antar perusahaan semakin ketat. Setiap orang punya selera yang berbeda dalam memilih tempat makan. Ada yang lebih suka memilih rumah makan biasa dengan kualitas yang baik, ada juga orang yang lebih suka memilih tempat makan mewah yang bergengsi. Untuk menciptakan tekanan dalam melakukan tindakan pembelian, konsumen merupakan sumber utama konsumsi dan dorongan dalam mengambil keputusan pembelian. Munculnya minat beli yang disebabkan oleh berbagai variabel yang memengaruhi, seperti memulai dari orang yang paling dekat dengan konsumen, merupakan langkah awal konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Selain itu, ada pula pertimbangan situasional yang memengaruhi baik dari kualitas produk, segi suasana, dan lokasi.

Kenyataannya persaingan usaha kuliner juga terdapat di Kabupaten Lumajang, Jawa Timur. Banyak sekali usaha kuliner di Lumajang yang berawal dari usaha kecil-kecilan seperti usaha dalam *booth* pinggir jalan dan kios pinggir jalan, kemudian berkembang menjadi usaha menengah seperti *cafe* hingga usaha tersebut berkembang menjadi restoran atau rumah makan berskala besar. Adapun data yang diperoleh peneliti dalam Badan Pusat Statistik (BPS) yang telah diperbarui sejak tahun 2021. Menyajikan bahwa jumlah usaha rumah makan atau restoran di

kabupaten Lumajang pada tahun 2017 sebanyak 1232 dan saat tahun 2018 sebanyak 1040.

Peneliti semakin tertarik untuk meneliti usaha makanan, khususnya rumah makan. Salah satu usaha kuliner tersebut adalah rumah makan "Kedai *Luwe*". Rumah makan "Kedai *Luwe*" yang menjual berbagai olahan makanan ini terletak di Jalan Pancasila, Desa Sumbermujur, Kecamatan Candipuro, Kabupaten Lumajang. Tempat usaha ini berdiri sejak enam tahun lalu. Mayoritas olahan makanan yang disajikan di "Kedai *Luwe*" adalah lalapan ayam kampung, beserta berbagai lauk lainnya seperti nasi bakar dan ayam geprek.

Dengan adanya wisata hutan bambu dan hutan pinus poncosumo serta wisata sekitar, rumah makan tersebut mampu untuk memberikan peluang pembeli untuk berkunjung sekaligus menjadi tempat beristirahat. Hasil observasi yang dilakukan menemukan bahwa rumah makan "Kedai *Luwe*" ini terlihat selalu ramai pengunjung terutama pada hari libur. Meskipun rumah makan "Kedai *Luwe*" ini terletak di pedesaan, Namun minat pembelian untuk menikmati makanan di tempat tersebut sangat tinggi. Pemilik menjelaskan jika pelanggan di rumah makan tersebut adalah mayoritas masyarakat Sumbermujur, Huntap, Penanggal dan sekitarnya serta pendatang yang berlibur di wilayah hutan bambu, dan kali pinus poncosumo. Meskipun rumah makan "Kedai *Luwe*" Sumbermujur Candipuro Lumajang kini tempatnya masih sangat sederhana rumah makan ini berhasil memikat pembeli dari berbagai lapisan masyarakat, baik dari kalangan menengah ke bawah maupun menengah ke atas. Salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian

pelanggan di rumah makan “Kedai *Luwe*” tersebut adalah kualitas produk yang ditawarkan.

Rumah makan “Kedai *Luwe*” Sumbermujur Candipuro Lumajang senantiasa menjaga dan memperhatikan kualitas produk yang disajikan kepada para pelanggannya. Ditinjau dari segi rasa makanan beberapa konsumen menyatakan enak karena berbeda dari masakan pada umumnya. Dari segi fasilitas rumah makan ini sudah memenuhi beberapa fasilitas terutama tempat parkir yang cukup memadai, dan sudah ada kamar mandi dan *wastafel* namun, ada beberapa fasilitas yang masih perlu diperbaiki, misalnya warna cat tembok yang sudah perlu diperbarui.

Salah satu aspek utama yang diperhatikan konsumen saat melakukan pembelian adalah kualitas produk. Apabila kualitas produk sesuai dengan harapan, pelanggan akan membelinya. Produk makanan yang ditawarkan pada rumah makan “Kedai *Luwe*” Sumbermujur Candipuro Lumajang ini adalah lalapan ayam kampung dan menu lainnya seperti ayam geprek, nasi bakar serta berbagai minuman. Namun, menu utamanya adalah lalapan ayam kampung. Ayam yang digunakan berasal dari hasil ternak pemilik sendiri yang masih berusia muda, sehingga menghasilkan daging yang lembut dan gurih. Hidangan ini disajikan dengan sambal yang cukup pedas dan bumbu yang meresap sempurna. Banyak testimoni dari pelanggan mendukung kualitas produk rumah makan “Kedai *Luwe*” Sumbermujur Candipuro Lumajang. Agar kualitas produk makanan di rumah makan “Kedai *Luwe*” Sumbermujur Candipuro Lumajang tetap terjaga, pemilik rumah makan harus terus mengontrol rasa. Kualitas produk merupakan salah satu

elemen terpenting yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Usaha harus menyediakan barang dan layanan berkualitas tinggi yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan mereka. Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu *store atmosphere*, Ini adalah salah satu strategi yang perusahaan gunakan untuk menarik pelanggan, mendorong mereka membuat pilihan, dan akhirnya melakukan pembelian (Mardeliana & Rachmi, 2021). Lingkungan yang menyenangkan dimana pelanggan akan melakukan pembelian juga memengaruhi pilihan mereka.

Fenomena lokasi rumah makan “Kedai Luwe” memiliki keunggulan strategis karena terletak di tepi jalan utama dan menyediakan area parkir sepeda motor yang memadai. Menurut Tjiptono (2014) lokasi harus mempunyai akses yang mudah dilalui oleh transportasi, lokasi harus jelas dilihat dari tepi jalan (visibilitas).

Dimensi kemungkinan subjektif seseorang, yang mencakup hubungan antara individu dan berbagai tindakan, memengaruhi keputusan pembelian mereka. Elemen-elemen ini memengaruhi kehidupan, ekonomi, pemasaran, dan perilaku konsumen, baik langsung maupun tidak, Operasi pemasaran selalu beroperasi di tengah lingkungan persaingan yang dinamis dan terus berubah.

Research gap yang melatar belakangi penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Winalda & Sudarwanto (2022) mengungkapkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan yang diambil. Berbeda dengan temuan Viana & Hartati (2022), yang mengindikasikan bahwa kualitas produk tidak memengaruhi keputusan pembelian, penelitian ini menunjukkan hal yang sebaliknya. Mardeliana dan Rachmi (2021) menyimpulkan bahwa *store*

atmosphere memengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Budiono dan Siregar (2023) bahwasannya *store atmosphere* tidak memengaruhi keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Jamal dan Busman (2021) bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Apriyani & Lestari (2023) bahwa lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dengan mempertimbangkan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada rumah makan “Kedai *Luwe*” dengan judul **PENGARUH KUALITAS PRODUK, *STORE ATMOSPHERE* DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RUMAH MAKAN “KEDAI LUWE” SUMBERMUJUR CANDIPURO LUMAJANG.**

1.2 Batasan Masalah

Untuk memudahkan peneliti agar terhindar dari permasalahan yang meluas dan melebar, perlu adanya batasan masalah. Adapun batasan masalah pada penelitian ini yaitu tentang pengaruh kualitas produk, *store atmosphere* dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada rumah makan “Kedai *Luwe*” Sumbermujur Candipuro Lumajang pada tahun 2025.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di rumah makan “Kedai *Luwe*”?

- b. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di rumah makan “Kedai Luwe”?
- c. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di rumah makan “Kedai Luwe”?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini yang dapat dicapai yaitu:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di rumah makan “Kedai Luwe”.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian di rumah makan “Kedai Luwe”.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di rumah makan “Kedai Luwe”.

1.5 Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk memperluas pemahaman mengenai pengaruh kualitas produk, suasana toko, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di rumah makan “Kedai Luwe”. Selain itu, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan saran yang bermanfaat bagi pengelola rumah makan dalam meningkatkan strategi pemasaran mereka.

b. Manfaat praktis

1) Bagi penulis

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperkaya wawasan dan kajian keilmuan terkait minat pembelian di rumah makan “Kedai *Luwe*”.

2) Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan kepada manajemen rumah makan "Kedai *Luwe*" mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen. Dengan memahami elemen-elemen kunci yang berperan dalam proses pengambilan keputusan pelanggan, diharapkan dapat diidentifikasi area-area yang perlu ditingkatkan guna meningkatkan daya tarik pelanggan.

3) Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini bisa memperluas pemahaman dalam manajemen pemasaran, khususnya terkait bagaimana kualitas produk, *store atmosphere*, dan lokasi memengaruhi keputusan pembelian pelanggan di rumah makan "Kedai *Luwe*".