

BAB I

PENDAHULUAN

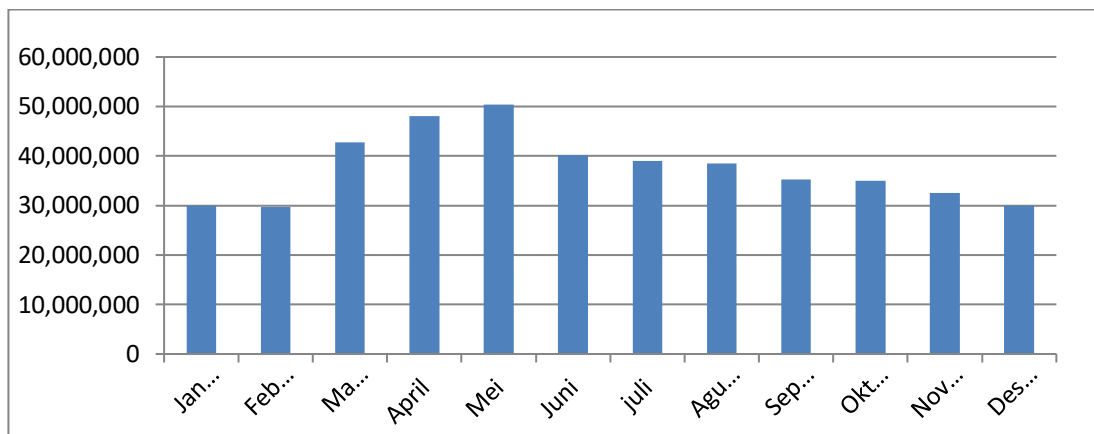
1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan usaha kuliner di Lumajang terus mengalami peningkatan seiring dengan adanya pertumbuhan ekonomi maupun bisnis dan perubahan gaya hidup masyarakat. Adanya pertumbuhan bisnis, membuat para pelaku usaha terus mempertahankan kelangsungan usahanya dengan beradaptasi atas perubahan keinginan dan kebutuhan konsumen. Persaingan yang sangat ketat dapat dilihat dari banyaknya usaha-usaha baru yang sejenis mulai bermunculan baik dalam skala besar ataupun skala kecil. Dalam menghadapi persaingan yang ketat ini, para pelaku usaha harus pandai memikat hati para konsumen dengan suatu hal yang berbeda namun memiliki khas tersendiri.

Salah satu bisnis yang banyak diminati oleh para pelaku usaha saat ini yaitu bisnis kuliner. Hal ini dikarenakan, bisnis kuliner sangat menjanjikan sebab kebutuhan pangan konsumen semakin hari semakin meningkat. Dalam pengembangannya, para pelaku usaha tidak bisa hanya mengandalkan barang atau produk yang dijualnya saja namun juga harus terus meningkatkan kualitas yang ditawarkan kepada konsumen. Dalam suatu usaha, memberikan nilai tambah di setiap produk yang disajikan kepada konsumen seperti cita rasa khas dan kuat saat mengkonsumsinya merupakan salah satu cara untuk membangun kepercayaan para konsumen untuk terus membeli.

Kebutuhan dan keinginan konsumen yang bervariasi menjadi pedoman bagi setiap pelaku usaha untuk merancang strategi pemasaran yang tepat agar dapat memenuhi harapan setiap konsumen. Dikalangan masyarakat saat ini makanan yang sangat banyak diminati yaitu salad buah dan seblak. Fruitcis salad yang beralamatkan di jalan Kapten Jama'ari Kecamatan Tempeh merupakan salah satu kedai yang berdiri sejak tahun 2018 dimana pada saat itu masih menjual salad buah saja dengan beragam ukuran kemasan dan harga. Namun saat ini Fruitcis Salad sudah memiliki beberapa cabang dengan suasana tempat makan yang santai dan luas sehingga dapat memberi rasa nyaman terhadap konsumen. Dalam mengembangkan usahanya, Fruitcis Salad melakukan inovasi produk dengan tetap mengutamakan kualitas dan cita rasa yang khas dari setiap produknya.

Namun seiring berkembangnya usaha dari tahun ke tahun, Fruitcis Salad mengalami beberapa permasalahan yang memiliki potensi mempengaruhi keberlangsungan bisnisnya. Banyak pesaing bermunculan yang berjualan dengan beragam menu yang sama dan cita rasa tidak jauh berbeda yang dapat menarik minat konsumen untuk membeli merupakan salah satu tantangan utama yang dihadapinya. Perilaku konsumen sangat dianggap penting, karena perilaku konsumen merupakan kunci persaingan pasar. Dalam penjualan produknya Fruitcis Salad mengalami sebuah peningkatan dan penurunan omset dalam setiap bulannya yang tergolong tidak stabil, yang dapat dilihat pada gambar 1.1 sebagai berikut:



Gambar 1.1 Data Penjualan Fruitcis Salad Tempeh Tahun 2024

Sumber : Fruitcis Salad Tempeh

Berdasarkan data pada tabel 1.1 diatas dinyatakan bahwa omset penjualan Fruitcis Salad setiap bulannya tidak stabil. Pada bulan Maret sampai Mei terdapat peningkatan penjualan yang cukup drastis. Hal ini dikarenakan pada bulan Maret sampai Mei adanya momentum bulan puasa dan hari raya idul fitri. Sedangkan pada bulan-bulan berikutnya penjualan mengalami penurunan. Berdasarkan pra survey yang telah dilakukan kepada konsumen Fruitcis Salad tempeh, peneliti menemukan ada beberapa faktor yang menghambat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian di Fruitcis Salad Tempeh.

Permasalahan pertama yang dihadapi yaitu kualitas pelayanan, beberapa konsumen menganggap bahwa pelayanan yang diberikan kurang ramah dan cukup lambat dalam pengantaran maupun respon admin pada saat ramai. Faktor kedua yaitu promosi, adanya ketidak konsistenan dan kurang menyesuaikan dengan tren atau kebutuhan konsumen membuat daya tarik terhadap Fruitcis Salad berkurang. Ketiga yaitu faktor citra merek, dimana persepsi konsumen terhadap merek belum

cukup positif dan tidak stabil. Berdasarkan adanya faktor-faktor tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa beberapa konsumen beranggapan masih banyaknya kekurangan yang dimiliki oleh Fruitcis Salad terutama dalam kualitas pelayanan, promosi, dan citra merek yang dijadikan patokan oleh konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Maka dari itu peneliti beranggapan bahwa perlu dilakukan kajian mengenai pengaruh 3 variabel tersebut terhadap keputusan pembelian di Fruitcis Salad Tempeh.

Keputusan pembelian konsumen sangat mempengaruhi penjualan suatu usaha. Hal ini dapat dilihat pada saat konsumen melakukan pembelian sebuah produk dan sesuai dengan harapannya, maka konsumen akan merasa puas dan tidak ragu dalam memutuskan untuk membelinya kembali. Menurut Tjiptono (2019:21) 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. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2016:177) keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti kualitas pelayanan, promosi, dan citra merek.

Faktor yang memengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono (2020) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang

diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan juga dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen (Kotler dan Keller, 2016). Kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam menarik minat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian di Fruitcis Salad Tempeh. Dengan fokus pada kualitas pelayanan yang baik dan ramah, maka konsumen lebih tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan oleh Fruitcis Salad Tempeh.

Promosi memiliki kemampuan dalam mengenalkan suatu produk dan mempengaruhi keputusan untuk membeli produk. Promosi merupakan penyebaran informasi tentang suatu produk melalui komunikasi atau kegiatan tujuh pemasaran yang sedang ditawarkan atau dipasarkan (Hanifaradiz & Satrio, 2018). Promosi memiliki hubungan yang mendukung keputusan pembelian yaitu jika promosi dapat disesuaikan dengan lingkungan pasar bisnis yang bermanfaat bagi masyarakat untuk mengenal suatu produk tersebut, hal itu dapat mendorong mereka untuk membeli produk yang dipromosikan (Ramadhani & Supriadi, 2019). Promosi memiliki peran penting dalam mengenalkan produk dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Fruitcis Salad Tempeh menggunakan promosi untuk menyampaikan informasi tentang produk-produk yang ditawarkan. Dengan memanfaatkan saluran-saluran komunikasi, seperti media sosial, Fruitcis Salad Tempeh dapat menjangkau lebih banyak audiens dan

menarik perhatian konsumen dari berbagai kalangan terhadap produk-produk yang sedang ditawarkan.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian di Fruitcis Salad Tempeh yaitu citra merek. Menurut Tjiptono (2015:49) citra merek adalah asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Citra merek (*brand image*) adalah pengamatan dan kepercayaan yang dipegang oleh konsumen, seperti mudah diingat oleh konsumen. Citra merek tidak hanya tentang nama produk, tetapi juga identitas dari suatu produk yang membedakan dengan dari produk lain yang ada di pasaran yang nantinya akan membuat konsumen mudah mengenalinya. Pada Fruitcis Salad, citra merek sangat berperan penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dengan citra merek yang kuat, maka produk-produk Fruitcis Salad akan mudah dikenali dan diingat. Ketika konsumen merasa percaya pada citra merek yang dibangun oleh suatu produk, maka seringkali mereka akan melakukan keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Danawira (2019) dengan judul “Pengaruh Diferensiasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji Recheese Factory rempoa” menyatakan bahwa diferensiasi produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat digunakan sebagai dasar untuk menganalisis proses pengambilan keputusan pembelian pada Fruitcis Salad Tempeh.

Priyantari (2023) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Desain Produk, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Purbasari Lipstick

Color Mate di Toko Sehat Cosmetic Kota Mojokerto” hasil penelitian ini menyatakan bahwa desain produk, promosi, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Bandung Damar Panuntun (2022) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Cita Rasa, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie” hasil penelitian menyatakan bahwa cita rasa, citra merek, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu periode waktu penelitian, objek penelitian, dan variabel yang digunakan. Pada penelitian ini periode yang digunakan yaitu tahun 2025 dengan objek penelitian konsumen pada Fruitcis Salad Tempeh dan variabel yang digunakan yaitu kualitas pelayanan, promosi, citra merek, dan keputusan pembelian.

Penelitian ini berfokus pada Fruitcis Salad yang berlokasi di Tempeh. Peneliti memilih Fruitcis Salad karena memiliki ciri khas tersendiri sehingga dapat menarik daya beli konsumen dari berbagai kalangan. Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Fruitcis Salad Tempeh”**.

1.2 Batasan Masalah

Batasan penelitian digunakan untuk membantu peneliti agar pembahasan lebih fokus dan terarah sehingga dapat menghindari adanya penyimpangan atau

pelebaran pokok bahasan. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini, antara lain:

- a. Penelitian yang dilakukan berfokus di bidang manajemen pemasaran.
- b. Variabel yang dibahas dalam penelitian ini yaitu mengenai kualitas produk, promosi, citra merek, dan keputusan pembelian.
- c. Responden yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah konsumen Fruitcis Salad Tempeh.
- d. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2025.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka adapun yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

- a. Apakah Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Fruitcis Salad Tempeh?
- b. Apakah Promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Fruitcis Salad Tempeh?
- c. Apakah Citra Merek memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Fruitcis Salad Tempeh?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan oleh peneliti berdasarkan pada rumusan masalah diatas adalah:

- a. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Fruitcis Salad Tempeh.

- b. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Fruitcis Salad Tempeh.
- c. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada Fruitcis Salad Tempeh.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini baik secara praktis maupun teoritis antara lain:

a. Manfaat Teoritis

Manfaat dari penelitian ini secara teoritis yaitu untuk menambah wawasan teori tentang variabel-variabel dalam menentukan keputusan pembelian suatu produk seperti kualitas pelayanan, promosi, dan citra merek sebagai pedoman referensi penelitian di masa yang akan datang.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dan menambah wawasan bagi kalangan akademis dalam penelitian selanjutnya sehingga dapat melengkapi serta menyempurnakan penelitian di periode mendatang yang berhubungan dengan kualitas pelayanan, promosi, dan citra merek terhadap keputusan pembelian.

2) Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan referensi untuk mengembangkan strategi guna menarik lebih banyak konsumen pada produk

Fruitcis Salad, serta sebagai masukan untuk mengetahui manajemen pemasaran terutama yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada Fruitcis Salad Tempeh.

3) Bagi Konsumen

Sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan keputusan pembelian di Fruitcis Salad Tempeh

4) Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai penelitian akademik dan tambahan informasi sebagai bahan referensi pada penelitian selanjutnya tentang manajemen pemasaran yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, promosi, dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen.

