

# BAB 1 PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Kebutuhan manusia yang semakin banyak untuk dipenuhi, tidak hanya kebutuhan sandang, pangan, dan papan. Semakin maju perkembangan zaman membuat manusia membutuhkan hiburan dalam kesehariannya. Hari-hari manusia diisi dengan berbagai aktivitas padat yang menyebabkan kejenuhan, kelelahan, dan stress. Oleh karena itu, manusia memerlukan suatu tempat untuk melepas kejenuhan, bersantai, dan menghilangkan kepenatan dari padatnya aktivitas sehari-hari. Banyak tempat yang bisa dijadikan untuk bersantai sambil menyantap makanan dan berbincang-bincang, seperti wedangan, kedai, dan kafe. Di Kabupaten Jember, tempat-tempat tersebut telah berkembang pesat dan semakin mudah dijumpai. Banyak wedangan, kedai, dan kafe menarik pelanggannya dengan berbagai macam ide dan konsep. Mereka berlomba-lomba menawarkan makanan dan minuman yang dapat dinikmati oleh konsumen. Persaingan antar tempat makan menjadi semakin ketat dalam memikat konsumen dan meningkatkan penjualan. Berbagai cara dapat digunakan dalam meningkatkan penjualan, mempertahankan pelanggan lama, dan mendapatkan pelanggan baru. Salah satu caranya adalah dengan memperhatikan aspek produk, harga, dan lokasi. Aspek-aspek tersebut merupakan beberapa aspek penting dalam suatu usaha terutama usaha rumah makan (Somptan, 2012).

Menentukan lokasi yang tepat adalah keputusan penting apabila bisnis tersebut harus membujuk konsumen untuk mendatangi tempat usaha dalam memenuhi kebutuhannya. Tujuan menentukan lokasi usaha yang tepat adalah agar perusahaan dapat beroperasi lebih efisien dan mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Bisnis kuliner terutama rumah makan yang berlokasi di tempat yang strategis, mudah dijangkau, dan berada di pusat keramaian akan lebih mudah dalam mendapatkan konsumen (Levy & Weitz, 2012). Selain itu, lokasi yang ditunjang dengan dekorasi yang cantik, lingkungan yang aman, tempat duduk yang nyaman, dan fasilitas lainnya dapat menjadi alasan yang kuat bagi konsumen untuk memilih rumah makan tersebut (Lupiyoadi & Hamdani, 2014).

Pernyataan tersebut didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pangenggar, dkk (2016) yang mempunyai kesimpulan apabila lokasi yang strategis sangat menentukan kelangsungan dari suatu usaha. Muharromah, dkk (2017) dalam penelitiannya menemukan fakta bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Agustina, dkk (2017) juga menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Fatimah (2016) menyatakan lokasi merupakan tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi. Dengan lokasi yang strategis dan memiliki daya tempuh yang dekat membuat konsumen tertarik melakukan keputusan dalam menggunakan suatu produk. Begitupun hasil penelitian Farizal & Muhajirin (2020), Arkam (2020), Putri & Manik (2021), Fatimah (2017) yang juga menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berbeda hasil penelitian Abriansyah & Nurdin (2020) yang menyatakan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Faktor kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen, kualitas pelayanan merupakan ciri serta sifat suatu pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Produsen dapat memberikan kualitas bila pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Dengan pelayanan yang diberikan karyawan dengan baik akan mempengaruhi tingkat kenyamanan sehingga mengakibatkan kepuasan konsumen meningkat pula (Tjiptono, 2012).

Kualitas pelayanan merupakan salah satu bagian dari strategi Manajemen Pemasaran. Kualitas pelayanan telah menjadi satu tahap faktor dominan terhadap keberhasilan suatu organisasi. Pengembangan kualitas sangat didorong oleh kondisi persaingan antar perusahaan, kemajuan teknologi, tahapan perekonomian dan sosial budaya masyarakat. Tjiptono (2014) menyatakan kualitas

pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Kualitas pelayanan adalah segala sesuatu yang diharapkan oleh konsumen agar perusahaan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Hal senada juga ditemukan dalam hasil penelitian Wuntu & Rofiaty, (2016) yang mengungkapkan komponen kualitas layanan seperti penampilan karyawan, penampilan fisik dan kualitas makanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian Pangenggar, dkk (2016) menyatakan, kualitas layanan berperan signifikan terhadap keputusan pembelian. Bahkan hasil penelitian Agustina, dkk (2017) mengungkapkan, kualitas layanan menjadi faktor terpenting dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Begitupun hasil penelitian Welsa & Khoironi (2019) yang juga menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Menurut Alma (2016), menyatakan bahwa *store atmosphere* adalah suasana toko yang meliputi: interior, eksterior, tata letak, lalu lintas toko dan tampilan interior yang dapat menimbulkan daya tarik bagi konsumen dan membangkitkan minat untuk membeli. Bagian depan sebuah toko merupakan keseluruhan physical exterior sebuah toko dan penambahan material lainnya. Gaya penataan eksterior adalah elemen yang paling vital dalam faktor atmosfer toko karena elemen ini merupakan kesan pertama yang dilihat dan dirasakan oleh konsumen. Konsumen dapat merasa nyaman dengan penglihatan pertamanya pada toko yang akan dilihatnya. Kesan nyaman akan mengundang minat konsumen untuk memasuki toko dan memungkinkan untuk melakukan pembelian. Maka dari itu seseorang pengusaha retail harus dapat menata tampilan eksteriornya dengan baik, enak dilihat dan nyaman dihati konsumen. Dalam interior sangat berperan penting untuk menarik konsumen, oleh karena itu suatu toko harus mampu menimbulkan persepsi yang bagus pada konsumen. Penataan yang baik yaitu yang dapat menarik perhatian pengunjung dan membantu mereka agar mudah mengamati, memeriksa dan memilih barang dan akhirnya melakukan pembelian.

Penelitian yang dilakukan Welsa & Khoironi (2019) menegaskan bahwa atmosfer rumah makan berperan kuat dalam mempengaruhi hubungan positif dengan keputusan pembelian. Hasil riset Farizal & Muhajirin (2020) mengungkapkan, kondisi atmosfer rumah makan seperti warna, desain, tata lampu dan tata letak berpengaruh nyata terhadap perilaku konsumen. Hal yang sama diungkapkan Arkam (2020) atmosfer rumah makan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Begitupun hasil penelitian Putri & Manik (2021) yang juga menyatakan bahwa atmosfer rumah makan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pentingnya atmosfer rumah makan telah diungkapkan sejumlah peneliti. Berbagai riset menunjukkan pengaruh signifikan kualitas atmosfer rumah makan terhadap keputusan pembelian.

Keputusan pembelian didefinisikan oleh Kotler & Keller (2016), pada tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi di antara merek-merek yang ada dalam pilihan dan mungkin juga merupakan niat untuk membeli merek yang paling disukai. Menurut Sumarwan (2015), keputusan pembelian adalah bagaimana konsumen memutuskan alternatif pilihan yang akan dipilih, serta meliputi keputusan mengenai apa yang dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, dimana membeli, dan bagaimana cara membayarnya. Setiap individu pasti memiliki cara pandang yang berbeda-beda, cara pandang tersebut mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan membeli. Dalam proses keputusan pembelian seorang konsumen akan memperhatikan faktor proses keputusan pembelian konsumen yaitu konsumen akan mencari sebuah informasi untuk produk yang dibeli dan keadaan tempat yang mendukung bagi kenyamanan konsumen tersebut.

Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh beberapa variabel, dari masalah tersebut Warung Toebruk Jember harus mampu mensiasati kekurangan tersebut agar tetap dapat memberikan pelayanan yang prima. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pangenggar, dkk (2016); Muharromah,

dkk (2017); Agustina, dkk (2017); Farizal & Muhajirin (2020); Arkam (2020); Putri & Manik (2021); Fatimah (2017) menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun hasil penelitian Abriansyah & Nurdin (2020) menyatakan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Ketidaksamaan hasil yang diperoleh antar peneliti juga menjadi faktor mengapa mengangkat topik pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, store atmosfer terhadap keputusan pembelian dan berdasarkan uraian dan paparan latar belakang diatas, sehingga perlu dilakukan penelitian ini.

Tabel 1.1: Daftar Warung Makan yang Terdapat di Daerah Tegal Besar

No	Nama Warung Makan	Alamat	Konsep	Menu yang Dijual
1	Warung Lesehan Ayam Goreng Bu Kadir	Jl. Basuki Rahmat No.16	Warung Lesehan	Masakan Sunda, Ayam Goreng, Lalapan
2	Sate Sakera Tegal Besar	Jl. Moh. Yamin	Warung	Sate, Gulai, Nasi
3	RM Sumber Nikmat	Jl. KH Agus Salim No.23	Resto	Pasta, Nasi, Gorengan, Nasi Goreng, Mie Goreng, Kama, Mandi
4	Rumah Makan Pangestu	Perumahan Bumi Tegal Besar	Rumah Makan	Nasi, Sambal, Lalapan Gurami, Ayam Kampung, Bebek, Ayam Potong, Terong, Rempelo, Mujair, Wader, Pecek Tempe
5	Kedai Sholeh Juara	Tegal Besar Kulon	Rumah Makan	Mie Ayam Pangsit, Makan Rame-Rame, Cemil-Cemil, Gurame Asam Manis Pedas, Paket Komplit
6	Lariz'O Ayam Goreng & Geprek Tegal Besar	Jl. Moh. Yamin	Resto	Nasi, Ayam Crispy, Ayam Geprek, Mie Chicekn Hotplate, Burger, Nasi Goreng, Hot Dog, French Fries
7	Warung Shohibul Nikmat P. Tasrif	Jl. KH Agus Salim No.50	Warung makan	Aneka Nasi Goreng Seperti Nasi Goreng Kambing, Ayam, Sosis, Dan Ebi
8	Warung Marem	Jl. Teuku Umar No.45	Warung makan	Nasi Bakar, Tongkol Suwir, Ayam Suwir, Ayam Teriyaki, Telor, Tahu Tempe, Lele, Ayam
9	Ayam Geprek Sai Tegal Besar	Jl. Basuki Rahmat No.48	Resto	Ayam Geprek, Chicken Teriyaki, Kwetieu Goreng
10	Resto Sulthan	Jl. Moh. Yamin No. R - 01	Resto	Nasi Putih, Nasi Kebuli, Krengsengan, Iga Bakar, Burung Dara, Ayam, Kambing, Gurame
11	Lalapan ML	Jl. Imam Bonjol No.12	Warung makan	Nasi Goreng, Ayam Bakar, Tahu Tempe, Nasi Campur
12	Warung rakyat	Jl. Basuki Rahmat No.36	Warung makan	Jengkol Geprek, Plecing Kangkung, Ikan Asin, Terong Penyet, Kerang, Ayam Bakar, Ceker, Nila Bakar, Lele
13	Rumah Makan Soponyono	Perum Bumi Tegal Besar	Rumah Makan	Mie Goreng, Mie Kuah, Capjay, Nasi Goreng, Bihun Goreng, Ayam Goreng, Ayam Bakar, Sosis, Gurame Rica-Rica
14	Warung Toebruk	Jl. Moh. Yamin No. 101	Resto	Nasi Goreng, Ikan Frnyet, Ikan Asin, Lele, Telur, Tahu Tempe, Sosis, Rempelo

Sumber: Data Primer yang Diolah 2022

Berdasarkan hasil observasi menunjukkan bahwa Warung Toebruk menawarkan menu makanan dan minuman mulai dari nasi, lauk dan sayur. Jika dibandingkan dengan produk-produk yang ditawarkan Warung Makan lainnya ternyata hampir keseluruhan produk yang dijual ada yang sama atau juga mirip. Perbedaanya terletak pada dekorasi yang simpel, dekorasi tempat duduk yang berbahan bambu, serta dekorasi yang epik.

Warung Toebruk merupakan salah satu rumah makan yang ada di Kabupaten Jember, tepatnya di jalan Moh. Yamin Utara Ruko Grand No.101. Pada awal pendiriannya Warung Toebruk merupakan pemikiran karena melihat peluang yang sangat besar dan sudah menjadi gaya hidup mengisi untuk waktu luang atau sekedar menghabiskan waktu bersama keluarga, teman dan sahabatnya. Menurut Putri (2018), Warung Toebruk termasuk jenis restaurant atau resto jenis *Family Restaurant* karena Warung Toebruk berkonsep Restoran sederhana yang memiliki suasana santai dan nyaman untuk makan dan minum yang dimintai oleh para keluarga dengan harga yang murah. Hal yang membedakan antara restoran dengan rumah makan adalah dari segi peralatan dan manajemen. Apabila restoran

dikelola dengan perataan yang cukup modern dan manajemen yang baik, berbeda dengan rumah makan yang hanya dikelola dengan peralatan seadanya dan manajemen yang masih terkesan apa adanya. Warung Toebruk adalah salah satu dari beberapa *resto* terkenal dan ramai dikunjungi oleh warga Jember dan sekitarnya. Berikut ini adalah omzet penjualan Warung Toebruk berdasarkan mesin *billing* yang didapatkan dari staf kasir Warung Toebruk.

Tabel 1.2: Omzet Penjualan Warung Toebruk

No	Bulan	Omzet Penjualan (Rp)	
		2020	2021
1	Januari	18.056.500	13.894.000
2	Februari	17.956.000	13.165.500
3	Maret	16.568.000	14.256.000
4	April	15.854.500	13.974.000
5	Mei	14.258.000	13.981.000
6	Juni	16.698.000	13.996.000
7	Juli	14.365.000	14.584.000
8	Agustus	12.569.500	14.275.000
9	September	12.456.000	15.061.000
10	Oktober	13.267.500	14.648.000
11	November	12.569.000	14.365.000
12	Desember	13.156.000	14.654.000
	Total	177.774.000	170.853.500
	Rata-rata	14.814.500	14.237.792

Sumber: Warung Toebruk Jember 2022

Berdasarkan laporan omzet penjualan Warung Toebruk Jember tahun 2020 menunjukkan bahwa relatif terjadi penurunan omzet penjualan setiap bulannya, namun pada tahun 2021 omzet penjualan sudah mulai naik. Padahal, jika dilihat dari lokasinya yang tidak begitu strategis, hal ini merupakan hal yang perlu dikaji lagi. Seiring dengan meningkatnya jumlah rumah makan di Kabupaten Jember, tingkat persaingan juga semakin meningkat. Pemilik usaha dituntut untuk memiliki fasilitas dan pelayanan yang lebih unggul sesuai kebutuhan konsumen agar dapat mempertahankan eksistensinya. Pemilik usaha rumah makan perlu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sehingga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, diantaranya atmosfer rumah makan, kualitas pelayanan, maupun lokasi.

Berdasarkan hasil observasi terkait lokasi diketahui bahwa Warung Toebruk Jember hanya memiliki satu papan nama petunjuk yang menandakan dimana Warung Toebruk Jember berada. Jalan untuk menuju Warung Toebruk Jember belum bisa dikatakan nyaman dikarenakan pada saat musim hujan tiba jalanan sering terganggu air. Setelah pengunjung sampai ke dalam masih terdapat beberapa keluhan yang disampaikan oleh pengunjung terkait pelayanan. Yang pertama adalah waktu yang terlalu lama antara waktu pemesanan sampai pesanan diantarkan ke pengunjung. Pelayanan pun ada yang memasang wajah datar tanpa ekspresi bukannya menunjukkan keramahan kepada pengunjung. Selain itu ketika pengunjung ramai terkesan kurangnya pelayan untuk melayani pengunjung yang banyak tersebut. Hal yang ditemukan selanjutnya adalah penataan kursi dan meja yang kadang tidak pada tempatnya disertai piring dan gelas yang tidak segera dibawa ke dalam ketika pengunjung lain tiba di meja tersebut. Selain itu ketika malam ada beberapa lampu yang dalam keadaan mati tapi tidak diganti dengan yang baru sehingga pencahayaan kurang maksimal.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, teridentifikasi masalah yang ada di Warung Toebruk Jember berkaitan dengan lokasi, kualitas pelayanan dan *store atmosphere* dan juga proses-proses

keputusan pembelian. Dalam penelitian ini permasalahan yang dihadapi dalam proses penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Warung Toebruk Jember?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Warung Toebruk Jember?
3. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Warung Toebruk Jember?

### 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di Warung Toebruk Jember;
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Warung Toebruk Jember;
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian di Warung Toebruk Jember.

### 1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Praktisi  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan sumbangan pemikiran sebagai bahan masukan bagi Warung Toebruk Jember untuk meningkatkan kualitas dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat agar jumlah pendapatan makin meningkat.
2. Bagi Akademisi
  - a. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dalam proses belajar mengajar di Program Studi Manajemen.
  - b. Dapat memberi manfaat untuk dunia akademik dalam memperkaya teori-teori khususnya untuk analisis strategi pemasaran yang tepat dalam bisnis.