

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Pada era globalisasi ini, terjadi perubahan gaya hidup yang semakin berkembang. Dengan perkembangan tersebut menjadikan gaya hidup suatu masyarakat yang selalu menginginkan sesuatu secara cepat, instan dan lebih praktis dalam menjalankan hidup ini. Sebagai salah satu contohnya yaitu konsumsi makanan atau minuman. Dimana era globalisasi ini menjadikan persaingan bisnis makanan dan minuman menjadi sangat (Michel Pramaishshela, 2022). Dunia usaha di Indonesia berkembang pesat dari tahun ke tahun. Banyak orang berhenti dari pekerjaannya sehari-hari dan memulai bisnis sendiri karena keuntungannya lebih pasti. di Indonesia sendiri beberapa jenis usaha mulai berkembang, termasuk usaha kuliner. Bisnis kuliner harus mampu menciptakan banyak inovasi baru untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Maka dari itu pelaku usaha harus punya sesuatu yang bisa diproduksi, dan bagaimana cara menarik konsumen agar usaha yang dibangunnya berbeda dengan toko lain.

Pertumbuhan usaha kuliner semakin meningkat seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat dan peningkatan penghasilan masyarakat, terutama pada masyarakat. Bisnis kuliner menjadi salah satu bisnis yang banyak diminati oleh masyarakat di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir ini. Semakin ketatnya persaingan bisnis terutama bisnis kuliner membuat para pemilik kuliner semakin dituntut untuk mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian agar mampu bersaing dengan pesaing sejenis dalam memperebutkan pasar sasaran. Untuk meningkatkan kinerja pemasaran, pemasar perlu mengetahui kebutuhan dan keinginan pasar sasaran, serta memberikan tawaran dan layanan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing (Yuliana & Maskur, 2022)

Banyaknya persaingan bisnis di bidang ini merupakan ancaman yang serius dan perlu di perhatikan oleh pelaku bisnis. Meskipun bisnis tersebut sudah berkembang terlebih dahulu di banding dengan pesaingnya, menurut (Balqis Anggraini et al., 2022). Agar bisnisnya tetap bisa bersaing. Setiap pelaku usaha kuliner harus Menyusun strategi pemasaran yang bisa menarik calon konsumen dan mempertahankan konsumen lama. Agar mencapai tujuan tersebut. Maka pelaku usaha harus mampu membaca pasar saat ini. Dengan kata lain. Pelaku usaha harus mampu menyediakan produk yang menjadi keinginan dan kebutuhan dari konsumen tersebut. Dengan banyaknya pesaing dalam bisnis di bidang kuliner. Strategi pemasaran yang bisa di lakukan haruslah berdampak pada Keputusan pembelian konsumen (Balqis Anggraini et al., 2022)

Keputusan pembelian konsumen adalah membeli merk yang paling di sukai Menurut Kotler, 2008 Dalam (Aina, 2021) apabila konsumen merasa puas dengan produk tersebut, maka besar kemungkinan mereka akan melakukan pembelian ulang, akan tetapi apabila konsumen merasa kurang puas maka mereka akan mencari alternatif yang lain. Menurut Swastha dan Irawan 2008 Dalam (Aina, 2021) keputusan pembelian adalah keputusan yang di ambil oleh pembeli yang sebenarnya di inginkan oleh konsumen tersebut.

Keputusan pembelian adalah sebuah proses seorang konsumen dalam mengambil keputusan atas pembelian produk, dengan menentukan yang akan di beli atau tidak ketika melakukan pembelian, dimana pada proses tersebut di tentukan dari proses sebelumnya (Balqis Anggraini et al., 2022).

Kualitas produk menjadi salah satu aspek dalam faktor yang mempengaruhi dalam menentukan keputusan pembelian (Mita Istinawati, 2024). Dimana kualitas produk menjadi salah satu faktor yang penting dan harus di pertimbangkan oleh perusahaan agar dapat mempengaruhi keputusan pembelian seorang konsumen terhadap suatu produk. Perusahaan dapat menawarkan berbagai variasi produk agar konsumen tertarik untuk melakukan pembelian (Cesariana et al., 2022). Dengan memiliki kualitas produk yang baik, akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Dimana dalam proses keputusan pembelian umumnya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas produk sebelum melakukan pembelian (Dinta Pramana, 2022).

Kualitas pelayan juga merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Kualitas pelayanan merupakan suatu profit strategi untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus. Usaha yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih baik dari yang di harapkan. Harapan konsumen merupakan faktor penting, untuk men gambil keputusan pembelian kembali dengan mempertimbangkan beberapa faktor yang ada. Kualitas pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan demi terciptanya kepuasan pada konsumen itu sendiri, dan perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi (Nanda Marendra Andryanto, 2020).

Lokasi sangat berpengaruh terhadap keputusan yang di ambil konsumen untuk membeli suatu produk lokasi yang mudah di jangkau oleh konsumen dan dekat dengan pusat keramaian merupakan lokasi yang tepat untuk suatu usaha, termasuk usaha kedai mie. Alasan pemilihan lokasi menjadi salah satu faktor penting konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Lokasi sering kali memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan. Menurut (Vionna Adipramita & Ida Bagus Cempena, 2019) suatu perusahaan tentunya jika ingin mendorong dan meningkatkan pendapatannya, harus bisa menentukan lokasi perusahaan yang strategis agar konsumen lebih mudah mengakses dan melakukan keputusan pembelian.

Kedai Mie Ndower ini adalah merupakan salah satu perusahaan yang terletak di Desa Mojosari Kecamatan Puger Kabupaten Jember berdiri pada tahun 2021. Yang bergerak di bidang usaha mie ini jugaharus dapat memenuhi target pasar yang di inginkan oleh para konsumen. Dan juga di kedai mie ini memiliki cita rasa yang berbeda seperti contohnya ada beberapa level yang cukup menarik dan miliki harga yang tergolong murah. Sehingga memiliki peran yang signifikan dalam memenuhi kebutuhan konsumen akan memakan sehari hari.

**Tabel 1. 1 Kompetitor Kedai Mie Ndower Desa Mojosari**

No.	Nama Usaha	Alamat
1.	Mie Jebew	Jln. Ketut Adi Sanyoto Mojosari
2.	Mie Mercon	Jln. Puger – Gumukmas
3.	Mie Nyonyor	Jln. A. Yani Puger
4.	Mie gledek	Jln. Mojomulyo mojosari
5.	Mie Pedas huha	Jln. Mojomulyo mojosari

*Sumber : Hasil Observasi Penulis Tahun 2023*

Dimana di dalam kedai mie ini keunggulan bersaing sangatlah penting bagi perusahaan kedai mie khususnya di daerah desa mojosari kecamatan pugger ini. Kedai Mie Ndower memiliki banyak pesaing yang sama, untuk menghadapi persaingan yang banyak atau kompetitif ini, pentingnya suatu kedai Mie Ndower ini perlu meningkatkan kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi untuk menghadapi banyaknya kedai mie yang serupa.

**Tabel 1. 2 DATA PENJUALAN****MIE NDOWER DESA MOJOSARI KEC. PUGER TAHUN 2021 – 2023**

NO	TAHUN	Penjualan (Rp)
1.	2021	Rp 360.000,000
2.	2022	Rp 270.000,000
3.	2023	Rp 198.000,000

*Sumber : keterangan omset yang diterima oleh pemilik warung Mie Ndower pada periode 2021 – 2023*

Sesuai tabel di atas pada tahun 2021 - 2023 Mie Ndower Desa Mojosari mengalami penurunan. Hal ini mengindikasikan terjadinya penurunan keputusan pelanggan untuk membeli, sehingga penelitian ini tentang keputusan pembelian. Penurunan yang terjadi diduga karena kualitas produk yang berubah. Selain itu dapat pula terjadi karena kualitas pelayanan dari warung Mie Ndower Desa Mojosari yang menurun. Kualitas pelayanan yang menurun ini dapat terjadi karena kurangnya tenaga kerja pada warung Mie Ndower desa mojosari, atau lokasi yang kurang strategis dengan wilayah yang cukup tidak ramai sedangkan pesaing bisa dikatakan di wilayah yang terjangkau. Sehingga konsumen mengambil suatu keputusan untuk tidak melakukan pembelian kembali di Kedai Mie Ndower Desa Mojosari. Adapun faktor lain yang dapat mempengaruhi penurunan pendapatan seperti munculnya pesaing yang berimbas kepada penurunan pendapatan.

Hal ini tentu menjadi sebuah hal yang baru diperhatikan dan dievaluasi oleh pemilik warung tersebut, agar omset kembali meningkat dan bertahan dalam persaingan bisnis kuliner. Pendapatan menurun itu jika dilihat dari sudut pandang pelanggan merupakan indikasi penurunan jumlah pembelian yang dilakukan oleh konsumen terhadap pembelian Mie Ndower Desa Mojosari.

Adapun alasan dipilihnya warung Mie Ndower sebagai obyek penelitian karena dari kriteria yang telah dipilih, membuktikan bahwa warung Mie Ndower memiliki kualitas produk, kualitas pelayanan yang baik serta lokasi yang strategis terhadap keputusan pembelian. Tetapi berdasarkan fenomena yang terjadi, warung Mie Ndower yang dipilih sebagai kriteria penelitian ini, ada beberapa kondisi tingkat pendapatan yang setiap tahunnya berfluktuasi dan cenderung turun. Maka penulis tertarik untuk meneliti permasalahan yang ada, berdasarkan fenomena yang terjadi. Serta melihat dari beberapa hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh (Arip priyadi., et all 2024) dengan judul pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang diatas maka judul penelitian ini adalah **"ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (PADA MIE NDOWER DESA MOJOSARI KECAMATAN PUGER KABUPATEN JEMBER)"**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang juga sudah dijelaskan diatas maka, permasalahan yang akan diteliti dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada mie ndower Desa Mojosari Kecamatan Puger Kabupaten Jember?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada mie ndower Desa Mojosari Kecamatan Puger Kabupaten Jember?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada mie ndower Desa Mojosari Kecamatan Puger Kabupaten Jember?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh produk yang di tawarkan oleh Mie Ndower Desa Mojosari terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang disediakan oleh Mie Ndower Desa Mojosari memengaruhi keputusan pembelian konsumen.
3. Untuk mengetahui dampak lokasi Mie Ndower Desa Mojosari terhadap keputusan pembelian konsumen, khususnya dalam konteks aksesibilitas dan keterjangkauan bagi konsumen potensial di wilayah Desa Mojosari.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian di atas maka dapat di simpulkan manfaat dari penelitian sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah disiplin ilmu ekonomi, dan mengimplementasikan nilai keilmuan bagaimana pengaruh pemasaran holistic dan kualitas pelayanan menjadi acuan pertama pelanggan dalam proses jual beli serta bekerja Secara efektif dan kompetitif.

## 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat di jadikan sebagai bahan evaluasi untuk kedepannya dalam meningkatkan proses pemasaran yang lebih sistematis bagi marketer guna meningkatkanefektifitas dan efisiensi serta inovatif dalam proses pemasaran.

## 3. Bagi Peneliti

Penelitian ini digunakan untuk menyelesaikan tugas akhir pembuatan skripsi di FakultasEkonomi Universitas Muhammadiyah Jember, serta penulis diharapkan dapat memberikan informasi dan wawasan dalam menghadapi permasalahan dalam dunia kerja.

