

BAB I

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi sekarang ini perkembangan dalam dunia bisnis semakin ketat. Perkembangan bisnis ini menuntut pengusaha untuk lebih inovatif dalam menerapkan ide untuk bisnisnya. Bisnis di bidang kuliner telah menunjukkan perkembangan. Hal tersebut ditandai dengan berdirinya berbagai jenis rumah makan. Perkembangan di bidang ini dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya adalah situasi ekonomi Indonesia yang semakin membaik telah mendorong orang untuk memulai usaha baru. Adapun faktor-faktor lain yang juga berpengaruh terhadap perkembangan bisnis rumah makan adalah demografi, gaya hidup serta kebiasaan daerah atau nasional.

Hal tersebut membuat persaingan antar pelaku bisnis juga semakin ketat. Setiap pengusaha pada umumnya ingin berhasil dalam menjalankan usahanya dan dapat berorientasi pada konsumen. usaha tersebut diharapkan mampu mencapai tujuan yang diharapkan melalui pemasaran, secara umum pemasaran dapat dikatakan sebagai pola pikir yang menyadari bahwa perusahaan tidak dapat bertahan tanpa adanya transaksi pembelian. Perusahaan harus dapat memasarkan barang atau jasa yang diproduksi kepada konsumen agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain.

Dalam perkembangan saat ini pemilik usaha rumah makan bersaing untuk mendapatkan perhatian dan menarik minat pembeli. Hal ini agar rumah makan tersebut dapat berjalan dan berkembang. Persaingan bisnis rumah makan tersebut menjadikan masyarakat mempunyai banyak pilihan alternatif tempat makan. Produsen dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, karena dari perubahan gaya hidup masyarakat, tempat makan bukan hanya sekedar untuk memenuhi rasa lapar tetapi menjadi tempat bersosialisasi, bertemu dengan teman, saudara dan rekan bisnis, sehingga dengan demikian memunculkan ide kreatif dan inovatif dari pemilik usaha dengan menciptakan sebuah tempat makan yang diinginkan oleh konsumen. salah satu tempat makan yang memunculkan ide kreatifnya adalah Ayam Goreng Nelongso, tempat makan ini

memiliki menu yang unik dan harga terjangkau dan mempunyai banyak varian sambal yang tersedia disana.

Ayam Goreng Nelongso ini pertama hadir di Jl. Soekarno Hatta Malang tepatnya pada bulan Februari 2013, Ayam Goreng Nelongso dulunya hanya menyewa setepak pujasera di Jl. Soekarno Hatta Malang dengan ukuran 2x3 meter yang didirikan oleh Pak Nanang dan istrinya, dan memutuskan untuk membuka warung 24 jam. Ayam Goreng Nelongso terus berkembang dan memiliki cabang di berbagai kota salah satunya berada di kota Jember. Ayam Goreng Nelongso sudah ada di kota ini sejak tanggal 13 Juli 2017 yang beralamat di Jl. Matrip Ruko Mastrip Square Blok K, Sumbersari Jember. Menu yang ditawarkan di warung ini juga tidak kalah menariknya, sebab ada pilihan sambal yang sudah tersedia di Ayam Goreng Nelongso dan tersedia 15 lauk yang sebagian bisa digoreng atau dibakar yang menjadi nilai tambah yang jarang ditemui di warung-warung lainnya. Terdapat pula aneka ragam menu sayuran dan 12 pilihan minuman. Hal tersebut menjadi kecenderungan konsumen untuk bersedia datang kembali merasakan menu-menu andalan Ayam Goreng Nelongso lainnya.

Namun meskipun Ayam Goreng Nelongso masih tergolong sangat baru berada didaftar tempat makan yang ada di Jember tetapi peminat dari Ayam Goreng Nelongso ini semakin bertambah dan menjadi trend serta perbincangan dikalangan masyarakat khususnya mahasiswa di kota Jember. Selain itu sebagai usaha kuliner Ayam Goreng Nelongso juga memiliki pesaing yang juga menyajikan aneka menu dan aneka sambal diantaranya warung SS yang berada di Jl. Danau Toba dan Warung Sambal di Jl. Sumatra.

Dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen secara langsung dan tidak langsung dipengaruhi oleh akal pemikiran dan berbagai informasi yang didapatkan dari orang-orang sekitar. Hal tersebut dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain: kualitas produk, harga, lokasi, promosi dan kualitas pelayanan serta faktor lainnya yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan pembelian.

Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual dan kelebihan yang tidak dimiliki oleh produk

pesaing yang sejenis. Ayam Goreng Nelongso dianggap mampu memberikan kualitas produk yang baik dan dapat memenuhi atau melebihi dari harapan konsumen, sehingga dalam keputusan pembeliannya konsumen akan melakukan pembelian ulang (*repeat purchase*). Selain kualitas produk yang perlu diperhatikan adalah harga. Harga menjadi faktor yang mempengaruhi secara nyata dan kuat dalam mempengaruhi minat beli pelanggan. Harga yang ditawarkan oleh Ayam Goreng Nelongso juga masih terjangkau untuk berbagai kalangan terutama mahasiswa, yaitu dengan kisaran Rp. 5.000,- hingga Rp. 24.500,-. Harga tersebut sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.

Selain harga aspek yang diperhatikan lainnya adalah promosi, promosi juga memegang peran penting dalam pengembangan usahanya, karena promosi dapat menarik konsumen untuk berminat dalam membeli di Ayam Goreng Nelongso. dan selanjutnya yaitu kualitas pelayanan adalah kegiatan utama atau pelengkap yang tidak berwujud dan cepat hilang serta kualitas pelayanan tidak secara langsung terlibat dalam proses pembuatan produk tetapi terfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan dan lebih menekankan pada pelayanan transaksi antara penjual dan pembeli. Layanan yang berkualitas dapat dilihat dari cepatnya proses transaksi pembelian yang tidak membuat konsumen menunggu terlalu lama. Dari segi kesigapan, karyawan di Ayam Goreng Nelongso dalam melayani konsumen sudah sangat baik dan memenuhi harapan konsumen.

Tabel 1.1: Daftar Menu Rumah makan Ayam Goreng Nelongso Mastrip Jember

No.	Makanan	Harga	Minuman	Harga
1.	Ayam Goreng Nelongso + Nasi	Rp. 5.000	Teh hangat	Rp. 3.000
2.	Ayam Goreng Kepruk + Nasi	Rp. 8.500	Jeruk hangat	Rp. 4.000
3.	Ayam Bakar Rica + Nasi	Rp. 9.500	Es teh	Rp. 3.000
4.	Ayam Cripsy + Nasi	Rp. 10.500	Es Jeruk	Rp. 4.000
5.	Ayam Plecing + Nasi	Rp. 9.500	Milo	Rp. 5.000
6.	Ayam Kampung + Nasi	Rp. 15.500	Moccacino	Rp. 5.000
7.	Ayam Goreng + Nasi	Rp. 9.500	Cappucino	Rp. 5.000
8.	Chiken Pokpok + Nasi	Rp. 16.000	Susu putih	Rp. 12.000
9.	Geprek Salbut + Nasi	Rp. 8.000	Es Mega Mendung	Rp. 12.000
10.	Bebek Goreng + Nasi	Rp. 17.500	Es Soda Gembira	Rp. 12.000
11.	Bebek Bakar + Nasi	Rp. 17.500	Soda Nelongso	Rp. 12.000
12.	Bebek Goreng Jumbo + Nasi	Rp. 24.500	Kopi	Rp. 5.000
13.	Bebek Bakar Jumbo + Nasi	Rp. 24.500		
14.	Nila Goreng/Bakar + Nasi	Rp. 12.000		
15.	Kerapu Goreng/Bakar + Nasi	Rp. 12.000		
16.	Lele Goreng/Bakar + Nasi	Rp. 12.000		

Sumber : Rumah makan Ayam Goreng Nelongso Jember 2017

Tabel 1.1 menunjukkan varian menu yang ada di Ayam Goreng Nelongso Jember. Harga yang begitu relative terjangkau bagi kalangan masyarakat disekitar Jember.

selain itu konsumen dan pelanggan di Ayam Goreng Nelongso kebanyakan dikalangan mahasiswa, pekerja kantor disekitar kawasan Mastrip Squer.

Tabel 1.2 Data Penjualan Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember Agustus 2017 – Februari 2018.

No.	Bulan	Hasil Penjualan
1.	Agustus (2017)	23.513.500
2.	September (2017)	29.908.500
3.	Oktober (2017)	31.303.000
4.	November (2017)	35.497.500
5.	Desember (2017)	36.124.500
6.	Januari (2018)	38.699.000
7.	Februari (2018)	40.522.000

Sumber : Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember 2017

Dari Tabel 1.2 penjualan Ayam Goreng Nelongso yang mengalami peningkatan dalam setiap bulannya merupakan kesuksesan dari usaha Ayam Goreng Nelongso dalam menjalankan usahanya. Pada bulan Agustus, hasil penjualan bersih sebesar Rp. 23.513.500, dan mengalami peningkatan penjualan bersih pada bulan september Rp. 29.908.500. peningkatan penjualan terjadi sampek bulan februari dengan pendapatan penjualan bersih sebesar Rp.40.522.000. berhasil tidaknya Ayam Goreng Nelongso dalam mempertahankan para pelanggannya tergantung bagaimana cara mereka bisa mempertahankan kualitas produk yang mereka hasilkan, menetapkan harga sesuai kualitas produk, selalu memberikan promosi disetiap bulannya, tempat yang nyaman bagi pelanggannya dan memberikan pelayanan yang memuaskan pada para pelanggan. Agar semua pelanggan tidak pindah ke produk yang lain.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Ayam Goreng Nelongso?
2. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Ayam Goreng Nelongso?
3. Apakah promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Ayam Goreng Nelongso?
4. Apakah lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Ayam Goreng Nelongso?
5. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Ayam Goreng Nelongso?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat maka, tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Ayam Goreng Nelongso.
2. Menguji pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Ayam Goreng Nelongso.
3. Menguji pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada Ayam Goreng Nelongso.
4. Menguji pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada Ayam Goreng Nelongso.
5. Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Ayam Goreng Nelongso.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan diperguruan tinggi juga sebagai pengetahuan bagaimana perilaku konsumen dalam melakukan penagmbilan pada ayam goreng nelongso Mastrip Jember

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian daapt dijadikan bahan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan untuk mengetahui variabel-variabel mana yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sehingga perusahaan dapat dengan mudah melakukan perbaikan dan pembangunan produk.

3. Bagi penelitian selanjutnya

Sebagai dasar referensi dalam penyusunan penelitian selanjutnya pada waktu yang akan datang, terutama untuk penelitian tentang pengaruh kualitas produk, harga, lokasi, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada produk yang ditawarkan

