BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dalam teknologi serta sektor industri membawa pengaruh besar terhadap kehidupan manusia, terutama pada area bisnis saat ini. Selain itu, munculnya banyak usaha baru, baik yang besar maupun yang kecil, telah menyebabkan persaingan yang sangat sengit di antara perusahaan-perusahaan, khususnya yang sejenis. Keadaan ini mengharuskan perusahaan untuk lebih peka terhadap perilaku konsumen serta berbagai elemen yang mempengaruhi keputusan mereka dalam membeli produk, melalui penerapan strategi pemasaran yang tepat. Dalam bidang pemasaran, salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan memahami kebutuhan dan kehendak konsumen atau pasar yang hendak dijangkau, serta memenuhi harapan mereka dengan cara yang lebih efisien dan efektif dibandingkan dengan para pesaing. (Deffani, Soeprapto, and Kunci 2024). Seiring berjalannya waktu, sektor bisnis makanan menunjukkan pola pertumbuhan yang stabil.

Bisnis makanan banyak menarik perhatian pengusaha karena dinilai memiliki peluang yang besar. Pada intinya, makanan adalah suatu keperluan utama bagi setiap orang. Ini mengarah pada adanya persaingan yang sangat kuat antara pelaku usaha di bidang makanan. (Herianto and Gunawan 2019). Oleh karena itu, pelaku usaha dalam industri kuliner perlu meningkatkan kualitas produk mereka agar bisa tetap bertahan dan relevan di tengah persaingan serta tidak menghilang. Dalam konteks pemasaran, persaingan adalah kondisi di mana perusahaan yang bergerak di segmen produk atau layanan tertentu saling bersaing menunjukkan keunggulan masing-masing, baik dengan adanya regulasi tertentu maupun tanpa, demi menarik minat konsumen.

Restoran adalah bentuk usaha di bidang kuliner yang dijalankan secara komersial, dengan tujuan utama menyediakan makanan dan minuman(Afrianto and Chandra 2025). Jumlah restoran yang semakin bertambah di berbagai tempat disebabkan oleh tingginya keinginan konsumen. Saat ini, restoran dan warung telah menjadi bagian yang sangat krusial dalam kehidupan sehari-hari orang-orang modern, sehingga keberadaan keduanya telah menjadi kebutuhan pokok. Bahkan dari kota besar hingga desa kecil, ada ketertarikan yang cukup signifikan terhadap sektor makanan.

Restoran FISH RESTO terletak di Kabupaten Jember, tepatnya di Jl. Dusun Jatisongo No. 2, Tegalwangi Umbulsari, Kabupaten Jember. Ketika pertama kali didirikan, Rumah Makan FISH RESTO muncul karena melihat peluang yang signifikan, terutama sebagai pilihan untuk mengisi waktu luang atau berbagi momen bersama keluarga, teman, dan sahabat. FISH RESTO Jember termasuk dalam daftar beberapa restoran populer yang banyak dikunjungi oleh masyarakat Jember dan daerah sekitarnya.

Faktor *live streaming* mempengaruhi dengan besar keputusan pembeli ketika memilih produk tertentu. *Live streaming* adalah media yang menampilkan rekaman suara maupun gambar secara langsung (real-time), dengan memanfaatkan satu atau beberapa teknologi komunikasi. Hal ini membuat para penonton seolah-olah dapat merasakan kehadiran secara nyata dalam kegiatan yang ditayangkan. (Andini, Hermawan, and Setianingsih 2025). Jaringan sosial memberikan peluang bagi pengusaha untuk memperluas pasar mereka dan memperkenalkan barang-barang mereka kepada lebih banyak orang dengan cara mengunggah foto serta video produk, disertai dengan caption yang menarik.

Word of Mouth bisa menjadi metode pemasaran yang efisien karena komunikasinya terjadi dari satu konsumen ke konsumen lainnya. Pemasaran melalui *Word of Mouth* tidak memerlukan pengeluaran, karena pelanggan yang merasa puas akan secara sukarela berbagi pengalaman dan informasi tentang produk atau layanan yang mereka gunakan. Ini pada akhirnya dapat memperkuat pilihan konsumen dalam membeli barang atau jasa tertentu..(Afrianto and Chandra 2025).

Rumah makan FISH RESTO Jember menciptakan nuansa budaya yang kuat. Interior dan perabotan yang dirancang dengan tema pedesaan alami, terutama di bagian depan, membuat pengunjung merasa seolah sedang berada di desa. Mereka dapat menikmati berbagai hidangan sambil merasakan suasana tersebut. Terdapat pondokan atau gazebo beserta meja panjang yang didekorasi dengan bambu. Desainnya sederhana namun memiliki sentuhan artistik yang khas. Suara gemericik air menambah suasana nyaman saat menikmati makanan, ditambah dengan ornamen alami di bawah gazebo dan kolam koi di sekitarnya yang menyenangkan untuk dilihat. Setiap gazebo juga dilengkapi dengan lampion sebagai hiasan, memberikan nuansa klasik yang mengingatkan pada masa lalu.

Kualitas layanan adalah usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, sambil memastikan bahwa layanan yang diberikan memenuhi harapan mereka. Secara umum, kualitas layanan dapat diartikan sebagai sejauh mana layanan tersebut dapat memenuhi ekspektasi pelanggan, yang melibatkan perbandingan antara harapan dan performa nyata yang dialami oleh pelanggan. Ini adalah aspek penting bagi perusahaan atau institusi karena berpengaruh langsung pada kepuasan pelanggan atau masyarakat. Kepuasan itu akan terwujud ketika pelayanan dilakukan dengan baik dan sesuai dengan standar yang ditetapkan. (Suprianto 2023).

Pelanggan memilih restoran berdasarkan kebutuhan pribadi, seperti tempat untuk berkumpul dengan teman, pertimbangan finansial, aksesibilitas, dan suasana yang tidak terlalu formal. Meski lokasi restoran strategis, ini tidak selalu menjamin banyaknya pengunjung. Namun, jika restoran mampu memenuhi nilai-nilai strategis yang diharapkan oleh pelanggan, maka restoran tersebut berpeluang untuk menarik lebih banyak pelanggan serta meningkatkan penjualan. Dengan semakin bertambahnya jumlah restoran di Kabupaten Jember, kondisi persaingan dalam sektor ini semakin ketat. Ini memaksa pemilik usaha untuk menjadi lebih kompetitif dan menyesuaikan diri dengan kebutuhan pelanggan agar bisa menjaga keberlangsungan bisnis. Oleh karena itu, pemilik restoran perlu memahami berbagai faktor yang berdampak pada penjualan, seperti *live streaming*, *word of mouth*, dan kualitas layanan.(Suprianto 2023).

Konsumen menentukan pilihan restoran berdasarkan strategi yang sesuai dengan kebutuhan pribadi mereka, seperti tempat untuk bersosialisasi dengan teman, pertimbangan biaya, aksesibilitas lokasi, dan suasana yang tidak terlalu resmi. Maka dari itu, meskipun lokasi restoran dianggap strategis, ini tidak selalu berarti akan mendatangkan banyak pengunjung. Namun, jika restoran dapat memenuhi ekspektasi nilai-nilai strategis yang dicari oleh konsumen, restoran tersebut memiliki peluang untuk menarik pelanggan dan meningkatkan pendapatan. Dengan semakin banyaknya restoran di Kabupaten Jember, persaingan dalam industri ini juga semakin ketat. Hal ini memaksa pemilik usaha untuk lebih bersaing dan

beradaptasi dengan kebutuhan konsumen agar bisa menjaga keberlangsungan bisnis mereka. Oleh karena itu, pemilik restoran perlu memahami berbagai elemen yang memengaruhi penjualan, termasuk siaran langsung, rekomendasi dari mulut ke mulut, dan kualitas layanan.

Tabel 1.1 Pengunjung FISH RESTO tahun 2024

No.	Bulan	Jumlah pengunjung	Presentase %	Presentase pengunjung %	keterangan
1	Januari	189	7,71%	-7.5%	Di bawah rata-rata
2	Februari	210	8,56%	+2,8%	Di atas rata-rata
3	Maret	190	7,75%	-7,0%	Di bawah rata-rata
4	April	176	7,18%	-13,9%	Di bawah rata-rata
5	Mei	160	6,53%	-21,7%	Terendah
6	Juni	196	7,99%	-4.1%	Di bawah rata-rata
7	Juli	179	7.30%	-12,4%	Di bawah rata-rata
8	Agustus	187	7,63%	-8,5%	Di bawah rata-rata
9	September	248	10,11%	+21,4%	Di atas rata-rata
10	Oktober	239	9,75%	+17,0%	Di atas rata-rata
11	November	219	8,93%	+7,2%	Di atas rata-rata
12	Desember	259	10,56%	+54,7%	Tertinggi
Total		2.452	100%		
Rata-rata		204,3			

Sumber: FISH RESTO Jember

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan di lokasi, diketahui bahwa FISH RESTO Jember hanya memiliki satu tanda yang menunjukkan posisinya. Akses menuju restoran ini dianggap agak jauh dari tempat yang strategis, terutama dari jalan utama atau poros. Setelah para tamu memasuki restoran, ada beberapa keluhan yang muncul, di antaranya penataan meja dan kursi yang terkadang tidak teratur serta piring dan gelas yang tidak langsung dibersihkan saat pengunjung baru hadir di meja itu. Di samping itu, beberapa lampu di malam hari tidak menyala dan belum diganti, sehingga pencahayaan di area restoran menjadi kurang baik.

1.2 Rumusan Masalah

Berasarkan Latar belakang dengan meningkatnya persaingan di industri restoran, yang mendorong para pengusaha untuk meningkatkan daya saing di era digital. Maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah Live streaming berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada FISH RESTO Jember?
2. Apakah Word of mouth berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada FISH RESTO Jember?
3. Apakah Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada FISH RESTO Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui seberapa berpengaruh positif dan signifikan keputusan pembelian melalui Live streaming pada FISH RESTO Jember.
2. Untuk mengetahui seberapa berpengaruh positif dan signifikan keputusan pembelian melalui *Word of mouth* pada FISH RESTO Jember.
3. Untuk mengetahui seberapa berpengaruh positif dan signifikan keputusan pembelian melalui Kualitas layanan pada FISH RESTO Jember

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya mengenai pengaruh *live streaming*, *word of mouth*, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, terutama pada usaha kuliner. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya kajian akademis mengenai pemanfaatan pemasaran digital, komunikasi dari *word of mouth*, dan kualitas layanan dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

2. Manfaat Praktis

penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi pihak Fish Resto Jember dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dalam mengoptimalkan promosi melalui *live streaming*, meningkatkan rekomendasi positif pelanggan melalui *word of mouth*, serta memperbaiki kualitas layanan agar dapat meningkatkan kepuasan dan kepercayaan konsumen.