

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Lingkungan bisnis kuliner dari waktu ke waktu mengalami perkembangan dengan sangat cepat, dan diperlukan adanya sistem manajemen yang efektif serta efisien agar dapat menyesuaikan dengan perubahan, baik yang sedang dan terjadi dengan cepat, tepat, dan terarah serta dengan biaya yang murah. Dewasa ini beragam bisnis kuliner seperti bisnis restoran dan bisnis populer catering (*caffè, coffee shop, toko roti/ bakery dan steak house*) banyak dijumpai dikalangan masyarakat. Banyaknya bisnis kuliner dihadapan masyarakat diharapkan mampu meningkatkan perekonomian Indonesia. Akan tetapi, dampak yang diakibatkan oleh banyaknya pesaing kuliner yang berkembang, khususnya usaha Angkringan.

Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha di bidang kuliner, salah satunya adalah bagaimana mereka bisa menarik konsumen dan mempertahankan mereka dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang baik agar para konsumen merasa puas terhadap layanan yang diberikan. Di Kota Ponorogo sendiri banyak wirausaha yang bersaing mengembangkan bisnis makanan dan semua saling berebut kepercayaan dari konsumen bahwa produk yang mereka berikan adalah yang terbaik. Selain makanan Khas Ponorogo, Nasi Pecel merupakan makanan yang digemari masyarakat Ponorogo sampai

wisatawan asing. Meskipun Nasi Pecel ini terlihat biasa dan sederhana, namun setiap Pedagang memiliki cara tersendiri untuk mengolah dan memproduksinya, seperti filsafat orang Ponorogo “*Beda Tangan Beda Rasa*, sehingga antara tangan satu dengan tangan yang lainnya memiliki citarasa yang berbeda. Keistimewaan Nasi Pecel ini terletak pada Bumbu Kacang (Sambal Kacang) ada yang pedas, manis, dan gurih. Selama ini Nasi Pecel tidak hanya dipasarkan oleh Pedagang Kaki Lima (*Angkringan/Warung*), tetapi di berbagai tempat seperti di Rumah Makan, dan outlet makanan yang mewah di wilayah Ponorogo.

Warung Nasi Pecel pak Mul Jalan Suromenggolo ini berdiri sejak 15 tahun lalu yang hanya menyediakan menu Nasi Pecel. Tempat ini terletak di pinggir jalan yang mudah dijumpai di wilayah kota Ponorogo, sangat cocok dikunjungi oleh berbagai kalangan seperti pelajar, mahasiswa, keluarga, ataupun pegawai. Keunikan yang dimiliki dibanding tempat lain yaitu, untuk makannya masih menggunakan daun pisang, dan sambal kacangnya ditumbuk, sehingga masih mempunyai ciri khas dibandingkan Nasi Pecel ditempat lain.

Kualitas pelayanan atau customer service diartikan sebagai tingkat kepuasan konsumen. Sedangkan tingkat kepuasan konsumen diperoleh dari perbandingan jenis pelayanan yang nyata diterima oleh konsumen dengan jenis pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Persaingan bisnis sekarang ini, pelayanan merupakan hal yang paling penting sebagai strategi diferensiasi ketika mereka menjual produk yang sama. Menurut Tjiptono (2016) definisi kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut. Sehingga dengan kualitas pelayanan yang baik maka dapat mempertahankan usaha dan mampu bersaing dengan pebisnis lainnya.

Memberikan kualitas pelayanan terbaik bagi konsumen dapat menjadi pertimbangan dalam mengambil keputusan dan juga memberi standar ukur keberhasilan bagi pemilik usaha. Schiffman dan Kanuk mendefinisikan suatu keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan. Perilaku konsumen mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Tidak jarang masyarakat memutuskan untuk memilih Warung (*Angkringan*) karena dianggap tidak kalah kualitas pelayanannya dibandingkan dengan Rumah Makan.

Warung Nasi Pecel dipilih menjadi objek penelitian karena memiliki faktor yang mampu menarik minat beli konsumen yaitu terletak pada kualitas pelayanannya. Kualitas pelayanan yang diberikan akan langsung berinteraksi dengan konsumen. Setiap karyawan harus melayani konsumen dengan sebaik-baiknya. Sehingga setiap konsumen yang datang memesan tidak akan menunggu terlalu lama dan menunggu sampai bosan karena jeda waktu yang lama antara memesan dengan menyajikan makanan.

Usaha-usaha yang berkaitan dengan makanan atau kuliner saat ini menyajikan segala fasilitas didalamnya untuk menarik konsumen agar tertarik untuk datang dan mencoba. Sehingga keberadaan pesaing-pesaing baru seperti Café-Café dan pembelian makanan dengan sistem *Online* membuat persaingan semakin ketat. Dibutuhkan strategi yang baik untuk menarik hati konsumen kembali. Banyaknya pesaing membuat pendapatan Warung Nasi Pecel ini mengalami penurunan selama beberapa 3 bulan terakhir. Penurunan ini harus mendapatkan perhatian khusus oleh pemilik warung makan dan akan menarik untuk diteliti. Permasalahan yang terjadi dengan warung makan ini tidak lepas dari keputusan pembelian serta kurangnya kepuasan konsumen atas pelayanan warung makan Nasi Pecel.

Tabel 1.1

Data Jumlah Pengunjung Warung Nasi Pecel Pak Mul Jalan Suromenggolo Ponorogo Selama 3 Bulan Terakhir (Januari-Maret 2018)

Minggu Ke- /Bulan	I	II	III	IV	Jumlah Pengunjung
Januari	308	280	295	274	1.157
Februari	271	258	278	305	1.112
Maret	287	250	270	245	1.062

Sumber : Data diolah, 2018

Menurut Kotler (2010 : 181) Keputusan Pembelian adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada diantara niat pembelian dan keputusan pembelian.

Beberapa variabel dalam penelitian ini bisa menjadikan pertimbangan pembelian Nasi Pecel Pak Mul di Jalan Suromenggolo, karena belum pernah diteliti. Oleh sebab itu peneliti akan melakukan penelitian menggunakan lima dimensi pokok yang digunakan konsumen untuk mengevaluasi kualitas jasa yang lebih dikenal dengan dimensi *Service Quality* (SERVQUAL) meliputi Keandalan (Reliability), Daya Tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), Perhatian (Empathy), dan Bukti Fisik (Tangibles) yang berpengaruh dengan kepuasan konsumen. Kelima dimensi tersebut akan dijadikan dasar bagi peneliti untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen Nasi Pecel pak Mul di Jalan Suromenggolo Ponorogo.

Mengembalikan kepercayaan konsumen dilakukan dengan memberikan pelayanan yang baik dan optimal. Seorang pebisnis harus menganut nilai-nilai atau aturan yang ada pada kelima dimensi Servqual, disamping pelayanan yang baik akan mempengaruhi jumlah penjualan pada Warung makan. Kondisi fisik perusahaan yang baik dapat memberi dampak positif kepada konsumen dalam pencarian suatu produk yang diinginkan. Ketrampilan dan kemampuan para karyawan akan membuat konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Jaminan serta keamanan yang diberikan pihak perusahaan akan menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Selama ini belum ada penelitian yang mengangkat masalah tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan mengajukan judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Survei pada Konsumen Nasi Pecel Pak Mul Jalan Suromenggolo Ponorogo)

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Kualitas Pelayanan ditinjau dari Dimensi Keandalan (Reliability) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nasi Pecel Pak Mul Jalan Suromenggolo Ponorogo?
2. Apakah Kualitas Pelayanan ditinjau dari Dimensi Daya Tanggap (Responsiveness) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nasi Pecel Pak Mul Jalan Suromenggolo Ponorogo?
3. Apakah Kualitas Pelayanan ditinjau dari Dimensi Jaminan (Assurance) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nasi Pecel Pak Mul Jalan Suromenggolo Ponorogo?

4. Apakah Kualitas Pelayanan ditinjau dari Dimensi Kepedulian (Emphaty) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nasi Pecel Pak Mul Jalan Suromenggolo Ponorogo?
5. Apakah Kualitas Pelayanan ditinjau dari Dimensi Produk-produk Fisik (Tangibles) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nasi Pecel Pak Mul Jalan Suromenggolo Ponorogo?
6. Apakah terdapat pengaruh kalitas pelayanan ditinjau dimensi Keandalan (Reliability) yang dimoderasi Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Nasi Pecel Pak Mul Jalan Suromenggolo Ponorogo?
7. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan ditinjau dimensi Daya Tanggap (Responsiveness) yang dimoderasi Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Nasi Pecel Pak Mul Jalan Suromenggolo Ponorogo?
8. Apakah terdapat pengaruh kalitas pelayanan ditinjau dimensi Jaminan (Assurance) yang dimoderasi Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Nasi Pecel Pak Mul Jalan Suromenggolo Ponorogo?
9. Apakah terdapat pengaruh kalitas pelayanan ditinjau dimensi Kepedulian (Empathy) yang dimoderasi Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Nasi Pecel Pak Mul Jalan Suromenggolo Ponorogo?
10. Apakah terdapat pengaruh kalitas pelayanan ditinjau dimensi Bukti-Bukti Fisik (Tangibles) yang dimoderasi Kepuasan Konsumen Warung Nasi Pecel Pak Mul Jalan Suromenggolo Ponorogo?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam pembahasan penelitian ini peneliti membatasi permasalahan yang telah disampaikan pada rumusan masalah, agar tidak melebar dari permasalahan yang disampaikan batasan penelitian ini terbatas pada :

- a. Hanya akan melakukan penelitian tentang seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian yang dimoderasi oleh kepuasan konsumen di Warung Nasi Pecel Pak Mul Jalan Suromenggolo Ponorogo.
- b. Responden dalam penelitian ini yaitu konsumen pada Warung Nasi Pecel Pak Mul Jalan Suromenggolo Ponorogo dengan umur minimal 17 tahun.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk :

1. Mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan ditinjau dari Dimensi Keandalan (Reliability) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nasi Pecel Pak Mul Jalan Suromenggolo Ponorogo.
2. Mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan ditinjau dari Dimensi Daya Tanggap (Responsiveness) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nasi Pecel Pak Mul Jalan Suromenggolo Ponorogo.
3. Mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan ditinjau dari Dimensi Jaminan (Assurance) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nasi Pecel Pak Mul Jalan Suromenggolo Ponorogo.

4. Mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan ditinjau dari Dimensi Kepedulian (Empathy) terhadap Keputusan Pembelian Nasi Pecel Pak Mul Jalan Suromenggolo Ponorogo.
5. Mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan ditinjau dari Dimensi produk-produk fisik (Tangibles) terhadap Keputusan Pembelian Nasi Pecel Pak Mul Jalan Suromenggolo Ponorogo.
6. Mengetahui pengaruh kalitas pelayanan ditinjau dimensi Keandalan (Reliability) yang dimoderasi Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Nasi Pecel Pak Mul Jalan Suromenggolo Ponorogo
7. Mengetahui pengaruh kalitas pelayanan ditinjau dimensi Daya Tanggap (Responsiveness) yang dimoderasi Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Nasi Pecel Pak Mul Jalan Suromenggolo Ponorogo.
8. Mengetahui pengaruh kalitas pelayanan ditinjau dimensi Jaminan (Assurance) yang dimoderasi Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Nasi Pecel Pak Mul Jalan Suromenggolo Ponorogo.
9. Mengetahui pengaruh kalitas pelayanan ditinjau dimensi Kepedulian (Empathy) yang dimoderasi Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Nasi Pecel Pak Mul Jalan Suromenggolo Ponorogo.
10. Mengetahui pengaruh kalitas pelayanan ditinjau dimensi Bukti-Bukti Fisik (Tangibles) yang dimoderasi Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Nasi Pecel Pak Mul Jalan Suromenggolo Ponorogo

1.4.2 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Secara besar penelitian ini berguna bagi :

a. Bagi Peneliti

Kegunaan penelitian ini yaitu sebagai pembelajaran sebelum terjun ke dunia bisnis, menambah pengetahuan dan wawasan penelitian dalam hal kualitas pelayanan serta sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat membantu pemilik usaha sebagai bahan perbandingan dan menentukan langkah-langkah selanjutnya untuk lebih meningkatkan penjualan dimasa yang akan datang.

c. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi tambahan dan pustakasrta dijadikan bahan perbandingan bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian dimasa yang akan datang khususnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan

