

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dunia usaha dewasa ini ditandai dengan beranjak kerasnya pertarungan, khususnya dalam pengelolaan unit usaha perusahaan. Hal ini diketahui melalui munculnya perusahaan yang menawarkan beraneka ragam produk yang berkategori dengan harga yang bersaing dalam pemasaran. Menurut Sudaryono (2016), proses pengumpulan keputusan diawali oleh adanya keperluan yang berusaha untuk dipenuhi. pemuasan kebutuhan ini terkait dengan beberapa alternatif sehingga perlu dilakukan keterangan yang bertujuan untuk memperoleh alternatif terbaik dari tanggapan konsumen. Sehingga banyak perusahaan berlomba-lomba untuk menciptakan sesuatu metode, memperbaiki yang ada, memajukan yang terbelakang, dan juga memberi nasihat baru yang cerdas, pada setiap aspek kehidupan, tidak terkecuali pada aspek ekonomi. Dalam hal ini peranan pemasaran sangat penting dalam membuktikan kelanjutan usaha suatu perusahaan, baik untuk perusahaan yang sudah berjalan maupun perusahaan yang baru berdiri sehingga banyak diantara perusahaan dalam manajemennya menaruh posisi pemasaran paling depan.

perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu memperhatikan perilaku konsumen dan faktor-faktor yang memimpin keputusan pembelian dalam usaha-usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Pengambilan keputusan pembelian dipengaruhi kemampuan perusahaan menarik pembeli.

Akhir-akhir ini makanan pedas dan gurih seperti mie sedang digemari oleh masyarakat termasuk mahasiswa di Ponorogo terdapat Restoran

dan tempat makan di Ponorogo telah berkembang pesat salah satunya adalah Warung mie gacoan yang terletak di Jalan KH.Wahid Hasyim, Sukun Kauman, Ponorogo dekat dengan pusat keramaian di alun-alun Ponorogo . Beragam jenis Varian Mie pedas dan minuman dijual ditempat ini, harga yang berbagai macam serta rasa nyaman dan rasa makanan yang enak dan pedas juga menjadikan warga Ponorogo termasuk kaum milenial terdorong akan tempat ini, mulai dari anak muda hingga tua banyak menghabiskan waktu di tempat ini atau hanya saja bersantai bersama keluarga, nongkrong bersama teman dan kerabat. Warung Gacoan ini tingkat kunjungan setiap hari yang cukup besar dan tidak pernah sepi Pengunjung menunjukkan bahwa terdapat minat Keputusan pembelian yang tinggi dari pelanggan, konsumen akan melakukan keputusan pembelian selama mereka merasakan puas dengan mengkonsumsi makanan di Warung Gacoan Mie Gacoan ini dikarenakan rasa mienya yang enak, dan terkenal dengan level kepedasan serta harga yang murah cocok untuk kaum milenial dan juga tempat untuk makan disana yang bagus oleh karena itu banyak konsumen/ pengunjung yang datang disana.

Dapat dilihat pada pada restoran cepat saji Warung Gacoan Ponorogo pelanggan telah menemukan sesuatu yang menjadi alasan untuk membeli dan merasakan puas . maka dapat dikatakan bahwa pembelian berikutnya sangat dipengaruhi dengan hasil pembelian sebelumnya. Apabila pembelian pertama sangat memuaskan pelanggan pasti melakukan keputusan pembelian, namun jika akan ada pembelian pertama tidak puas maka akan memberikan hasil yang buruk dan tidak ada melakukan pembelian. Pada Warung Gacoan ini Keputusan pembelian akan mempengaruhi pendapatan yang di terima Restoran yaitu laba

yang didapatkan akan melambung meningkat. Keputusan pembelian timbul karena dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu *Store Atmosphere*, *Food Quality* dan harga.

Ada banyak Menu yang ditawarkan oleh Mie Gacoan. Khusus mie, hanya ada mie setan yang rasanya gurih dan asin, serta mie iblis yang berminat manis karena memakai kecap. Untuk level kepedesan, bisa dipilih mulai level nol hingga delapan. Tak hanya mie saja Mie Gacoan juga menghadirkan makanan lain yaitu aneka dimsum seperti, siomay, lumpia udang, udang rambutan dan lain lain. Dan untuk minumannya ada beragam es menyegarkan dengan nama unik. Ada genderuwo, tuyul, sundel bolong, serta pocong. Dengan nama menu tersebut membuat konsumen menjadi tertarik untuk mencoba dan membedakan seperti apa lezatnya Mie Gacoan.

Tampilan suasana toko secara optimal khususnya pada restoran cepat saji merupakan mediator untuk memberikan informasi keragaman produk. Hal ini tampak dari jumlah produk yang dipajang pada etalase dan ragam (*Point Of Purchase Display (POP Display)*). Termasuk dalam *POP Display* adalah pajangan produk dalam ruangan dan label petunjuk produk yang dijual dalam suatu toko. Suasana restoran cepat saji yang positif akan mempengaruhi emosi serta perilaku pembelian. Musik, dapat menjadi salah satu cara untuk mempengaruhi emosi serta perilaku pembelian pada konsumen, oleh sebab itu musik dapat mempengaruhi persepsi serta keterangn konsumen dalam aktifitas keputusan pembelian. Selain musik, aroma dapat menjadi strategi dalam menarik konsumen. Aroma dapat memberitahukan informasi secara sembunyi kepada konsumen tentang produk yang dijual dalam gerai tersebut. Artinya, aroma yang digunakan harus sesuai

dengan identitas dari toko atau gerai tersebut. Semakin lama dan semakin konsumen berada dalam suatu toko, maka hal tersebut akan menghasut konsumen untuk melakukan pembelian dalam jumlah besar. Peluang tersebut dapat tercipta apabila pihak toko dapat menyajikan atmosphere yang menyenangkan agar pengunjung gerai betah untuk berlanjut dan akan menciptakan pembelian selanjutnya.

Kualitas makanan merupakan faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan penerapan terhadap suatu produk. Pengalaman yang baik atau buruk terhadap produk akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Sehingga pengelola usaha meminta untuk menciptakan sebuah produk yang disesuaikan dengan kebutuhan atau kesukaan konsumen serta harus melakukan inovasi terhadap produk. Apabila konsumen merasa puas akan produk yang diusulkan, maka secara sendirinya konsumen tersebut akan melakukan keputusan pembelian. Hal ini lah yang dicari dalam suatu pemasaran dimana tujuan akhir dari pemasaran adalah terlaksana keberhasilan yaitu tentang kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (*perceived*) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan.

Selain *Store Atmosphere* dan *Food Quality* , harga juga merupakan faktor yang penting. menunjukkan harga produk yang dilakukan perusahaan sangatlah berpengaruh pada keputusan konsumen. Menurut Swasta (2014) harga merupakan factor terkendali kedua yang dapat terjaga oleh manajemen penjualan atau pemasaran. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh para pengusaha dalam memberikan harga kepada konsumen adalah dengan mengasih harga lebih murah

dibandingkan dengan pesaing lainnya. Produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau akan memiliki banyak peminat. barangkali apabila harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan produk maka konsumen akan berfikir dua kali untuk membelinya. Beragam Mie di Kota Ponorogo dalam beberapa tahun terakhir ini seperti mie setan, mie uji nyali dan merk lain yang bertambah beragam membuat persaingan di bidang bisnis tersebut semakin ketat, karena disebabkan oleh beraneka ragam pilihan konsumsi mie dengan variasi bentuk serta rasa, tekstur, harga yang sesuai melalui kualitas produk yang di hadirkan.

Dari banyaknya kota/kabupaten tempat restoran Mie Gacoan ini beroperasi, terdapat kota/kabupaten yang menarik untuk dikaji, salah satunya adalah Kota Ponorogo. Kota Ponorogo merupakan kabupaten/kota yang berada di provinsi Jawa Timur Indonesia, berbatasan dengan beberapa kabupaten lain ialah sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Bondowoso dan sedikit Kabupaten Probolinggo, kemudian sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Banyuwangi, sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Lumajang, sementara itu disebelah selatan kabupaten Jember berbatasan dengan Samudra Indonesia. (<https://Ponorogo.info/info/kondisi-umum.com>, 2020). Kota Ponorogo membentuk konsumen untuk dikaji karena Ponorogo ialah kabupaten/kota yang letaknya strategis dikarenakan Sebelah utara kabupaten Madiun, Magetan, dan Nganjuk. Sebelah Timur Kabupaten Tulungagung dan Trenggalek. Sebelah Selatan Kabupaten Pacitan. Sebelah Barat Kabupaten Pacitan dan Wonogiri (Jawa Tengah). hal ini menghasilkan Kota Ponorogo mengalami kemajuan yang cukup pesat. Selain itu, Kota Ponorogo merupakan tempat yang cukup strategis untuk membangun bisnis di bidang kuliner, dikarenakan minat konsumen untuk

memeriksa hal – hal yang baru dan unik cukup tinggi.lalu dari hal itu, Kota Ponorogo sangat cocok untuk para pengusaha membangun bisnis di bidang kuliner.

Berdasarkan kenyataan yang ada, penelitian yang akan dilakukan dengan mengangkat judul “**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *FOOD QUALITY* DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA WARUNG GACOAN DI PONOROGO**” dirasa penting dan menarik untuk dilakukan.

### **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang dan batasan masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *Store Atmosphere* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen produk pada mahasiswa pembeli Warung Gacoan di Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo ?
2. Apakah *Food Quality* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen produk pada mahasiswa pembeli Warung Gacoan di Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo ?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen produk pada mahasiswa pembeli Warung Gacoan di Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo?

4. Apakah *Store Atmosphere* berpengaruh terhadap Keputusan pembelian pada mahasiswa pembeli Warung Gacoan di Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo ?
5. Apakah *Food Quality* berpengaruh terhadap Keputusan pembelian pada mahasiswa pembeli Warung Gacoan di Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo?
6. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian pada mahasiswa pembeli Warung Gacoan di Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo ?
7. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa pembeli Warung Gacoan di Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo ?
8. Apakah *Store Atmosphere* berpengaruh terhadap Keputusan pembelian melalui Kepuasan Konsumen pada Mahasiswa Pembeli Warung Gacoan di Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo
9. Apakah *Food Quality* berpengaruh terhadap Keputusan pembelian melalui Kepuasan Konsumen pada Mahasiswa Pembeli Warung Gacoan di Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo
10. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian melalui Kepuasan Konsumen pada Mahasiswa Pembeli Warung Gacoan di Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

## 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Konsumen produk pada mahasiswa pembeli Warung Gacoan di Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo..
2. Untuk mengetahui pengaruh *Food Quality* terhadap Kepuasan Konsumen produk pada mahasiswa pembeli Warung Gacoan di Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Kepuasan konsumen produk pada mahasiswa pembeli Warung Gacoan di Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Keputusan pembelian pada mahasiswa pembeli Warung Gacoan di Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo
5. Untuk mengetahui pengaruh *Food Quality* terhadap Keputusan pembelian pada mahasiswa pembeli Warung Gacoan di Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo
6. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan pembelian pada mahasiswa pembeli Warung Gacoan di Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo
7. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap Keputusan pembelian pada mahasiswa pembeli Warung Gacoan di Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.



8. Untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Keputusan pembelian melalui Kepuasan Konsumen pada Mahasiswa Pembeli Warung Gacoan di Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo
9. Untuk mengetahui pengaruh *Food Quality* terhadap Keputusan pembelian melalui Kepuasan Konsumen pada Mahasiswa Pembeli Warung Gacoan di Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo
10. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan pembelian melalui Kepuasan Konsumen pada Mahasiswa Pembeli Warung Gacoan di Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo

### 1.3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diinginkan mampu memberikan manfaat pengelompokan semua pihak baik yang membacanya meskipun yang secara langsung tergantung di dalamnya.

meski hasil dari penelitian ini diharapkan memberi keuntungan sebagai berikut

#### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diinginkan mampu mengembangkan pemahaman berhubungan dengan pengaruh *Store Atmosphere*, *Food Quality* dan Harga n berhubungan keputusan pembelian dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. Di samping itu, penelitian ini diinginkan juga dapat memberikan kontribusi untuk dijadikan bantu loncatan penelitian selanjutnya perihal keputusan pembelian.

## 2. Manfaat praktis

### a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diinginkan mampu meluaskan pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai perilaku konsumen dalam menetapkan keputusan pembelian.

### b. Bagi Masyarakat

melalui adanya penelitian ini, diharapkan masyarakat dapat lebih jeli dan berhati-hati dalam meyakinkan keputusan pembelian suatu produk.

### c. Bagi Pihak Akademis

Hasil penelitian ini diinginkan dapat meningkatkan keperpustakaan dan dapat digunakan sebagai tambahan referensi peneliti berikutnya yang berkaitan dengan keputusan pembelian.

