

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini persaingan bisnis di dunia kuliner semakin ketat, hal ini ditandai dengan banyaknya pebisnis yang berkecimpung di dunia kuliner. Persaingan tersebut terjadi dikarenakan bisnis pada bidang *F&B (food and beverage)* saat ini merupakan bisnis yang sangat menjanjikan. Pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat menyebabkan kebutuhan yang semakin meningkat terutama kebutuhan pangan. Perkembangan masyarakat modern sering dikaitkan dengan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi dan kesibukan pekerjaan yang mengakibatkan semakin banyak pekerja yang menghabiskan waktu di luar rumah. Hal ini menyebabkan pergeseran pola hidup masyarakat yang lebih suka dan terbiasa makan diluar rumah untuk sekedar berkumpul dan menganggapnya lebih efisien.

Di Provinsi Jawa Timur sendiri perkembangan usaha kuliner khususnya rumah makan/restoran terus mengalami kenaikan setiap tahunnya. Jenis kulinernyapun beragam dengan berbagai konsep dan cita rasa yang khas. Menurut data dari Badan Pusat Statistik, Provinsi Jawa Timur termasuk dalam kategori tiga provinsi yang memiliki jumlah rumah makan atau restoran terbanyak di Indonesia. Banyak pelaku usaha pada bidang kuliner mulai dari yang membidik segmen pasar menengah keatas

ataupun segmen pasar menengah kebawah. Berikut adalah data BPS Jawa Timur yang menunjukkan kenaikan yang cukup signifikan pada tahun 2014-2019:²

Tabel 1.1
Jumlah Rumah Makan di Provinsi Jawa Timur

Tahun	Jumlah Rumah Makan / Restoran di Provinsi Jawa Timur
2014	1.706
2015	2.930
2016	3.007
2017	3.432
2018	4.169
2019	7.060

Sumber: <https://jatim.bps.go.id>

Terlepas dari banyaknya jumlah restoran yang ada di Jawa Timur, pada era moderen ini restoran, rumah makan ataupun kedai-kedai makanan kini juga mengalami penambahan fungsi. Tempat ini tidak hanya digunakan sebagai tempat untuk makan dan minum, tetapi menjadi ruang public alternative yang memiliki beragam fungsi. Kebanyakan orang ingin mencari tempat makan yang memberikan suasana hangat, harga terjangkau dan interaksi yang sangat ramah dengan pengunjung lainnya.

Salah satu tempat makan yang menggambarkan suasana seperti itu adalah angkringan. Kata angkringan berasal dari Bahasa pergaulan jawa, angkring atau nangkring yang memiliki arti duduk santai dan lebih bebas. Angkringan sendiri merupakan tempat makan berupa gerobak sederhana

² Website Resmi Badan Pusat Statistik Jatim, *BPS Provinsi Jawa Timur*, diakses pada <https://jatim.bps.go.id> pada 2 Februari 2022 pkl.20.28

dengan menawarkan berbagai macam makanan dan minuman murah, suasana santai angkringan yang hangat, tempat yang nyaman, dan dilengkapi dengan alunan music baik melalui pemutaran ataupun *live music*, desain interior yang khas, pelayanan ramah membuat pengunjung serasa ingin kembali ke angkringan.

Sebuah kedai Angkringan kini tidak hanya menjual kopi, melainkan menjual suasana, bisa menjadi tempat untuk mengerjakan tugas, menjadi tempat berfoto, tempat bertemu dengan rekan kerja, dan tempat untuk menonton acara musik. Datang ke Angkringan ataupun ke *coffe shop* hanya untuk sekedar berkumpul dengan teman-teman tanpa disadari kini sudah menjadi gaya hidup anak remaja, dewasa hingga orang tua, seperti yang terjadi dikalangan masyarakat Tulungagung. Perkembangan usaha kuliner di Kabupaten Tulungagung sendiri dapat dilihat dari semakin banyaknya restoran, *food court*, warung makan, *coffe shop*, khususnya usaha angkringan yang sekarang ini sudah mulai menjamur di Tulungagung bahkan dari pusat kota hingga desa-desa kita dapat dengan mudah menemukannya. Adapun daftar beberapa usaha Angkringan di Tulungagung antara lain :

Tabel 1.2

Beberapa Daftar Usaha Angkringan di Tulungagung

No	Nama Angkringan	No	Nama Angkringan
1	Angkringan "IKI"	11	Ikilo Angkringan
2	Angkringan Tuan Muda	12	Angkringan Gusmik
3	Angkringanku	13	Angkringan 36
4	Angkringan Mantan	14	Angkringan Bagong

5	Angkringan Cak Jo Klithik	15	ANGKOTA
6	Angkringan Sewidak 60	16	Angkringan Sedjiwo
7	Angkringan 99	17	Angkringan 443
8	Angkringan Exotic	18	88 Angkringan
9	Angkringan Pak Dhe	19	Story Angkringan
10	Angkringan Hik Maknyus	20	Angkringan Srikandi

Sumber: Instagram

Masing-masing angkringan yang berada di Tulungagung ini memiliki identitas berbeda dan saling menawarkan cirikhasnya masing-masing untuk menarik perhatian konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa persaingan usaha sejenis Angkringan di Kabupaten Tulungagung semakin tinggi, maka pelaku usaha harus melakukan pekerjaan yang lebih baik dan memuaskan konsumen sasaran.

Salah satu usaha angkringan yang terkenal di Tulungagung adalah Angkringan “IKI” yang telah berdiri sejak tahun 2019 dan hingga saat ini sudah memiliki tiga cabang angkringan. Lokasi pertama Angkringan “IKI” Pusat berada di Desa Bangus Wates, Kec. Campurdarat. Lokasi Angkringan “IKI” II berada di Jl. Raya Bandung, Contong, Kec. Bandung tepatnya di halaman kantor pos Bandung. Lokasi Angkringan “IKI” III berada di Jl. Ki Mangun Sarkoro No. 4, Boyolangu, Kec. Boyolangu, Tulungagung.

Jika Angkringan pada umumnya menghadirkan pesona jalan raya sebagai teman nongkrong, Angkringan “IKI” memiliki tempat yang terkonsep dengan rapi menyuguhkan suasana yang berbeda yaitu dengan menggabungkan kesunyian jalan raya dengan segarnya persawahan,

dengan memberikan dua pilihan ruangan yakni indoor yang menyuguhkan suasana tempo dulu dengan budaya jawa, arsitektural yang menarik dan tempat semi outdoor untuk para pengunjung yang ingin menikmati udara segar khas persawahan sebagai salah satu upaya dalam memperhatikan estetika dan kenyamanan bagi konsumen.

Angkringan “IKI” memberikan nilai tawar yang dapat dijadikan pilihan konsumen untuk melakukan berbagai aktifitas mulai dari tempat nongkrong yang nyaman. Harga yang ditawarkan juga terjangkau dan variatif. Menu makanan dan minuman yang beragam, selain itu Angkringan ini juga dilengkapi lahan parkir yang luas, stop kontak, toilet, berbagai pilihan tempat duduk, serta *live music* di malam tertentu yang disuguhkan oleh musisi-musisi lokal dari Tulungagung.

Banyaknya usaha angkringan yang berdiri di Tulungagung menimbulkan adanya persaingan usaha sejenis yang ketat, sebab semakin banyak juga pemilik usaha sejenis yang berkeinginan mempertahankan konsumen dengan strateginya masing-masing. Untuk mempertahankan konsumen yang sudah ada maka kita perlu memahami apa keinginan konsumen, atau memberikan tawaran yang menarik agar mereka melakukan keputusan pembelian dan secara tidak langsung bisa meningkatkan penjualan.

Salah satu penyebab yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada angkringan ialah kualitas pelayanan. Menurut Hardiansyah (2018) kualitas pelayanan public ialah suatu kondisi dinamis

yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang dimana penilaian kualitasnya ditentukan saat terjadinya pemberian pelayanan public.³ Bagi perusahaan yang bergerak dibidang makanan dan minuman, kualitas pelayanan atau service quality menjadi suatu hal penting. kualitas pelayanan adalah harapan sebagai keinginan para pelanggan ketimbang layanan yang diberikan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor pertimbangan bagi para konsumen untuk membeli suatu produk. Pelayanan yang berkualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan pembelian konsumen.

Selain kualitas pelayanan, yang menjadi hal yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen ialah harga. Harga menurut Kotler & Armstrong dalam Apri Budianto adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Sedangkan dalam arti luas harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.⁴

Selanjutnya faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah lokasi. Lokasi yaitu tempat di mana diperjual belikannya

³ Handriansyah, *Kualitas Pelayanan Publik*, (Yogyakarta: Gava Media, 2018), hal. 75

⁴ Apri Budianto, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta : Ombak (Anggota IKAPI), 2015), hal.257

produk dan termasuk pusat pengendalian aktivitas usaha dilakukan.⁵ Lokasi juga menjadi faktor yang penting dan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan sebuah usaha. Lokasi yang strategis yaitu lokasi yang mudah diakses oleh konsumen, mudah untuk dipandang, atau dilirik orang yang akan membeli serta sering dilewati oleh calon konsumen-konsumen nantinya. Lokasi ini juga menjadi faktor yang mempengaruhi adanya karakteristik usaha yang akan muncul disuatu kawasan.

Faktor lain yang mempengaruhi adalah *word of mouth*. Menurut *Word of mouth Marketing Association* pengertian dari *word of mouth* adalah usaha yang mendorong meneruskan informasi dari satu konsumen ke konsumen lain.⁶ Di dalam masyarakat *word of mouth* dikenal juga dengan istilah komunikasi dari mulut ke mulut dan sarana komunikasi pemasaran yang efektif, murah, dan kredibel. *Word of mouth* memiliki pengaruh yang kuat pada persepsi produk dan jasa, yang menyebabkan kemungkinan pembelian.

Pengambilan keputusan pembeli pada dasarnya dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan menarik pembeli, selain itu juga dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar perusahaan. Menurut (Amrullah, Pamasang S Suburian, 2016) Keputusan pembelian ialah suatu proses membeli yang dimulai ketika pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal, salah satu kebutuhan

⁵ Kasmir, "*Pemasaran Bank*", (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 163

⁶ Yuda Oktavianto, "*Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Usaha Mie Ayam Pak Agus Di Kota Batu*", *Jurnal Manajemen Bisnis*. Volume 3 No.01. Edisi (April 2013), hal. 66

normal dari seseorang seperti rasa lapar, haus, kemudian naik ke tingkat maksimum dan menjadi dorongan, atau kebutuhan bisa timbul akibat rangsangan eksternal. Proses pengambilan keputusan pada semua orang pada dasarnya itu sama mungkin proses pengambilan suatu keputusan tersebut akan lebih diikuti oleh ciri kepribadian, usia, minat beli ulang, dan gaya hidupnya. Selain itu faktor kualitas pelayanan, harga, lokasi dan *word of mouth* merupakan beberapa faktor yang menjadi pertimbangan terhadap keputusan pembelian pada konsumen.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk membahas lebih jauh mengenai tema ini dengan mengangkat penelitian dengan judul ***“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Angkringan “IKI” di Tulungagung”***. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, harga, lokasi dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen pada usaha kuliner Angkringan “IKI” di Tulungagung.

B. Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini dibahas mengenai cakupan yang mungkin muncul dalam penelitian, supaya pembahasannya lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang dicapai yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan, harga, lokasi dan *word of mouth* terhadap keputusan

pembelian pada Angkringan “IKI” di Tulungagung. Identifikasi masalah yang mungkin muncul yaitu :

1. Semakin ketatnya persaingan bisnis dalam usaha yang dilakukan oleh Angkringan “IKI” yang berlomba-lomba untuk mendapatkan konsumen.
2. Penerapan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Angkringan “IKI” untuk mendapatkan konsumen.
3. Penetapan harga yang dilakukan oleh Angkringan “IKI” untuk mendapatkan konsumen.
4. Lokasi Angkringan “IKI” yang berada didaerah selatan Tulungagung mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
5. Pengaruh *Word of Mouth* yang dilakukan oleh pelanggan Angkringan “IKI” terhadap keputusan pembelian.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Angkringan “IKI” di Tulungagung??
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Angkringan “IKI” di Tulungagung?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Angkringan “IKI” di Tulungagung?
4. Apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Angkringan “IKI” di Tulungagung?

5. Apakah kualitas pelayanan, harga, lokasi dan *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Angkringan “IKI” di Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka diadakannya penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Angkringan “IKI” di Tulungagung.
2. Untuk menguji pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Angkringan “IKI” di Tulungagung.
3. Untuk menguji pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Angkringan “IKI” di Tulungagung.
4. Untuk menguji pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Angkringan “IKI” di Tulungagung.
5. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, harga, lokasi dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Angkringan “IKI” di Tulungagung.

E. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan memberi manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi tambahan wawasan dan memberi sumbangsih pemikiran dan masukan pada kajian bidang ilmu pengetahuan khususnya dalam hal pengaruhnya pelayanan, harga, lokasi, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Angkringan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Sebagai alat untuk mempraktekkan teori-teori yang telah diperoleh selama menempuh perkuliahan dan juga sebagai bahan referensi dalam penelitian selanjutnya dengan tema yang sama tetapi variabelnya berbeda.

b. Bagi Pemilik Angkringan “IKI”

Memberikan ide-ide atau informasi yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan mengenai pelayanan, harga, lokasi, dan *word of mouth* pada usaha Angkringan. Serta hasil daripada penelitian ini dapat diaplikasikan oleh pelaku usaha Angkringan terutama dalam menarik minat konsumen terhadap keputusan pembelian.

c. Bagi Akademik

Penulisan penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan bagi para pembaca, serta memberikan sumbangsih perbendaharaan perpustakaan di FEBI terkait

kualitas pelayanan, harga, lokasi, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup yang akan dibahas pada penelitian ini adalah :

1. Variabel yang digunakan terdiri dari lima variabel yaitu :
 - a. Variabel bebas yang terdiri dari : Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Lokasi (X_3), *Word Of Mouth* (X_4).
 - b. Variabel terikat satu (Y) yaitu : Keputusan Pembelian
2. Batasan Penelitian

Untuk menghindari terlalu meluasnya masalah yang dibahas maka penulis memberikan pembatasan masalah. Dalam hal ini penulis membatasi :

- a. Penelitian ini mengkaji tentang pengaruh-pengaruh kualitas pelayanan, harga, lokasi dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Angkringan “IKI” di Tulungagung.
- b. Lokasi penelitian ini dilakukan di Angkringan “IKI” Tulungagung.
- c. Objek penelitian ini adalah seluruh konsumen Angkringan “IKI” yang berdomisili di Tulungagung.
- d. Peneliti mengambil sampel penelitian pada konsumen Angkringan “IKI” yang berdomisili di Tulungagung.

G. Penegasan Istilah

1. Penegasan Konseptual

a. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan atas tingkat kunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.⁷

b. Harga

Harga ialah sejumlah nilai dalam bentuk mata uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk membeli maupun menikmati barang dan jasa.⁸

c. Lokasi Usaha

Lokasi ialah tempat dimana untuk memperjual belikan suatu produk dan termasuk pusat pengendalian.⁹ Atau suatu tempat yang mampu menjadi pengaruh seorang calon pembeli untuk tertarik datang, tertarik membeli, dan akhirnya membeli.

d. *Word Of Mouth* (X₄)

Menurut *Word Of Mouth Marketing Assosiation* pengertian dari *word of mouth* ialah suatu usaha yang mendorong untuk

⁷ Herry Widagdo, "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer Pada PT. XYZ Palembang", *Forum Bisnis dan Kewirausahaan Jurnal Ilmiah STIE MDP*, Vol. 1 No. 1, (September 2011), hal. 3

⁸ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2010), hal. 175

⁹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : Kencana, 2009), hal. 163

meneruskan informasi dari satu konsumen ke konsumen lain atau informasi dari mulut ke mulut.¹⁰

e. Keputusan Pembelian (Y)

Pengambilan keputusan konsumen merupakan sebagai pemilihan keputusan atau kebijakan seseorang yang didasarkan atas kriteria tertentu. Proses ini meliputi dua alternative atau lebih karena seandainya hanya terdapat satu alternative tidak akan ada satu keputusan yang akan diambil.¹¹

2. Definisi Operasional

Secara operasional penelitian ini dimaksudkan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, harga, lokasi dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada Angkringan “IKI” di Tulungagung. Pada penelitian ini obyek yang diteliti terdiri dari 4 *variabel independen* dan 1 *variabel dependen*. Yang mana X_1 adalah kualitas Pelayanan, X_2 adalah Harga, X_3 adalah Lokasi, X_4 adalah *Word Of Mouth* dan Y adalah keputusan pembelian konsumen.

¹⁰ Yudha Oktavianto, “Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Kepuasan Pembelian Konsumen Pada Usaha Mie Ayam Pak Agus Di Kota Batu” ..., hal. 66

¹¹ Save M. Dagun, *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*, (Jakarta: Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara, 2006), hlm. 185

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penulisan penelitian ini, sistematika pembahasan skripsi disajikan dalam VI BAB, sehingga sistematika pembahasannya sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan, terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah dan sistematika skripsi.

BAB II Landasan Teori, membahas tentang penjabaran dasar teori yang digunakan untuk penelitian, adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, harga, lokasi dan *word of mouth* dan keputusan pembelian konsumen. Penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

BAB III Metode Penelitian, terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling, dan sampel penelitian, sumber data, variabel, dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data, dan instrument penelitian serta analisis data.

BAB IV Hasil penelitian, deskripsi data dan pengujian hipotesis serta temuan penelitian. merupakan bagian yang berisi penjelasan secara rinci terkait hasil penelitian yang berisi deskripsi data serta pengujian hipotesis, serta temuan penelitian. Selanjutnya, hasil penelitian tersebut akan digabungkan dengan teori yang

didapatkan oleh peneliti dari berbagai sumber.

BAB V Pembahasan, dalam penelitian ini merupakan jawaban dari hipotesis yang diteliti , jumlah dari pembahsaan ini sama dengan jumlah hipotesis yang diteliti dengan menjabarkan jawaban dari semua permasalahan yang ada pada rumusan masalah. Pada bab ini pembahasan diuraikan dengan beberapa teori, konsep serta penelitian terdahulu sebagai pendukung

BAB VI Penutup, yang terdiri dari kesimpulan dari hasil pembahasa, implikasi penelitian dan memberikan saran.