

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Berbagai jenis bisnis di Indonesia mengalami peningkatan yang pesat seiring dengan era globalisasi dan perkembangan zaman yang memicu meningkatnya kebutuhan masyarakat yang ditandai dengan berbagai usaha bisnis, diantaranya bisnis yang bermunculan adalah otomotif, transportasi, jasa, elektronik, fashion dan bisnis makanan. Bisnis makanan merupakan bisnis yang paling menjanjikan dan diminati bagi para pelaku bisnis, hal ini dikarenakan penduduk Indonesia sangatlah besar apalagi makanan merupakan kebutuhan primer manusia yang harus terpenuhi terlebih dahulu dibandingkan dengan kebutuhan lainnya.

Sejak dahulu makanan menempati urutan teratas dalam pemenuhan kebutuhan manusia, sehingga masalah pangan dikategorikan ke dalam kebutuhan primer atau kebutuhan pokok. Dengan alasan itu, manusia tidak dapat melepaskan kebutuhannya untuk makan. Dalam menikmati makanan itu setiap orang mempunyai cara yang berbeda untuk memenuhinya. Cara tersebut bisa dengan memilih restoran yang mahal dengan pelayanan mewah, dengan harapan bahwa konsumen akan merasa puas setelah ia mengorbankan sejumlah uang yang cukup besar di restoran yang mewah itu. (Arifin Nur:2008 dalam Kurniawan,2009:2)

Bisnis makanan menjadi salah satu bisnis kuliner yang cukup banyak diminati bagi para pelaku bisnis, pangsa pasar yang luas membuat bisnis makanan patut diperhitungkan, hal ini mengakibatkan bisnis rumah makan banyak

bermunculan, terutama di wilayah Kabupaten Gresik, ditambah lagi wilayah Gresik sendiri dapat dikatakan sebagai salah satu kota industri di Jawa Timur sehingga pelaku bisnis menjadikan sebagai peluang bisnis yang menjanjikan.

Perkembangan kuliner di Gresik saat ini sedang berkembang pesat, hal ini membuat para wirausahawan menjadikan peluang ini sebagai peluang yang sangat menjanjikan. Salah satu bisnis makanan yang ada di Gresik adalah Rumah Makan Keloan Sembilang Resti, Rumah Makan Keloan Sembilang Resti sendiri berada di jalan Brotonegoro Barat Gkb, Rumah Makan Keloan Sembilang Resti ini menawarkan menu yang berbeda dari rumah makan lainnya, yaitu dengan menu bernuansa perdesaan, selain itu juga konsep tempat makan yang lesehan, sehingga konsumen yang datang terkesan dengan suasana perdesaan yang asri dan nyaman.

Di tengah – tengah ketatnya persaingan saat ini Rumah Makan Keloan Sembilang Resti harus berusaha keras untuk merebut hati konsumen. Dibutuhkan kecerdikan dalam merebut hati konsumen, oleh karena itu rumah makan Resti memberikan kesan yang berbeda dari pesaingnya, upaya yang dilakukan Rumah Makan Keloan Sembilang Resti dengan cara menciptakan atmosfir yang menjamin kenyamanan konsumen, memberikan kualitas layanan dengan menciptakan kesan yang ramah melalui pelayanan, dan menetapkan harga yang ideal dan sesuai porsi. Upaya ini dilakukan agar konsumen mendapatkan gambaran tentang Rumah Makan Keloan Sembilang Resti, dengan harapan konsumen akan tertarik dan melakukan keputusan pembelian di rumah makan tersebut.

Keputusan melakukan pembelian menjadi bagian penting dalam perilaku konsumen. Dalam hal ini Rumah Makan Keloan Sembilang Resti akan berusaha semaksimal mungkin mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih (Schifman dan Kanuk, 2008:289). Bagi konsumen, proses keputusan pembelian merupakan kegiatan penting karena didalam proses tersebut memuat berbagai langkah yang terjadi secara berurutan sebelum konsumen mengambil keputusan. Bila konsumen memutuskan untuk membeli, konsumen akan menjumpai serangkaian keputusan yang harus diambil menyangkut jenis produk, merek, penjual, kualitas, waktu pembelian dan cara pembayarannya (Dharmmesta dan Handoko, 2011:110) dalam (Putri,2014;5). Maka setiap perusahaan dapat mengusahakan untuk menyederhanakan pengambilan keputusan yang akan dilakukan oleh para konsumen. Setiadi (2003:415) dalam Sari (2012:18) menyatakan pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Hasil dari proses pengintegrasian ini adalah suatu pilihan (*choice*).

Atmosfir menjadi peranan penting guna menarik konsumen, hal ini membuat rumah makan Keloan Sembilang Resti memunculkan keunikan dan perbedaan yang menjadi keunggulannya dibandingkan pesaing-pesaingnya, dengan memberikan suasana yang menyenangkan didalam rumah makan, dalam

hal ini secara tidak langsung konsumen akan merasa senang dan diharapkan melakukan pembelian.

Atmosfir toko merupakan suatu bagian dari suasana dan tata letak suatu toko yang sangat penting dalam menarik konsumen untuk menjadi konsumen (Gillani, 2012) dalam Ida Bagus Ari Upadhana. Atmosfir mempengaruhi keadaan emosi pembeli yang menyebabkan atau mempengaruhi pembelian. Keadaan emosional akan membuat dua perasaan yang dominan yaitu perasaan senang dan membangkitkan keinginan. Definisi yang lebih luas dijelaskan bahwa atmosfer meliputi hal-hal yang bersifat luas seperti halnya tersedianya pengaturan udara (AC), tata ruang toko, penggunaan warna cat, penggunaan jenis karpet, warna karpet, bahan-bahan rak penyimpanan barang, bentuk rak dan lain-lain (Peter dan Olson, 1999) Dalam Paramita 2009:3.

Usaha bisnis dalam bidang jasa khususnya kuliner hal yang penting dan diunggulkan adalah kualitas pelayanan, Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima.

Menurut Lewis & Booms dalam Tjiptono & Chandra (2005), kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan. Sedangkan menurut Tjiptono (2001), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas

tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (dalam Manulang ; 2008).

Harga telah menjadi hal penting yang mempengaruhi pilihan pembeli. Harga dalam arti sempit diartikan sebagai pembebanan sejumlah uang untuk suatu produk atau jasa. Kualitas suatu produk juga dapat dilihat dari harganya, sehingga produk dengan kualitas terbaik pasti akan dipatok dengan harga yang tinggi. Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk dapat dipengaruhi oleh harga produk tersebut (Iswayanti, 2010). Jika harga produk yang ditawarkan tidak masuk akal, maka akan menyebabkan konsumen merasa dieksploitasi dan karenanya konsumen akan memandang harga secara tidak wajar (Consuegra et al., 2007) dalam Rastini (2009;6).

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:181), keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai dari berbagai alternatif yang ada, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor yang kedua adalah faktor situasional. Oleh karena itu, preferensi dan niat pembelian tidak selalu menghasilkan pembelian yang aktual. Dari kedua faktor yang dijelaskan bahwa faktor Atmosfir, Persepsi Harga, Kualitas Layanan dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian di Rumah Makan Keloan Sembilang Resti.

Peneliti memilih lokasi di Rumah Makan Keloan Sembilang Resti berawal dari ketertarikan peneliti karena banyaknya konsumen yang datang guna melakukan pembelian, bahkan terkadang dibuat acara-acara tertentu oleh sebagian

komunitas, terlebih lagi dengan pesaing-pesaingnya yang banyak disekitar Rumah Makan Keloan Sembilang Resti yang tidak kalah baiknya.

**Tabel 1.1**  
**Omzet Penjualan Rumah Makan Keloan Sembilang Resti**

No	Tahun	Omzet
1	Desember 2015	Rp. 63.880.000
2	Januari 2016	Rp. 67.425.000
3	Febuari 2016	Rp. 59.858.000
4	Maret 2016	Rp. 62.755.000

Sumber: Manajemen RM Keloan Sembilang Resti, April 2016.

Tabel 1.1 bisa dilihat omzet penjualan Rumah Makan Keloan Sembilang Resti yang dimulai pada bulan Desember 2015 sampai Maret 2016 , dimana omzet penjualan paling besar yaitu pada bulan januari 2016 dimana omzetnya mencapai Rp. 67.425.000.

Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Atmosfir, Kualitas Layanan, Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Keloan Sembilang Resti. Hal ini didukung oleh Levy *and* Weitz (2001:491) menyatakan bahwa *store atmosphere* bertujuan untuk menarik perhatian konsumen untuk berkunjung, memudahkan mereka untuk mencari barang yang dibutuhkan, mempertahankan mereka untuk berlama-lama berada di dalam *cafe*, memotivasi mereka untuk membuat perencanaan secara mendadak, mempengaruhi mereka untuk melakukan pembelian,

Berdasarkan latar belakang diatas, maka timbul keinginan peneliti untuk mengadakan penelitian mengenai “ **Pengaruh Atsmosfir, Kualitas Layanan,**

## **Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Keloan Sembilang Resti ”.**

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah atmosfir berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Keloan Sembilang Resti?
2. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Keloan Sembilang Resti?
3. Apakah Persepsi Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Keloan Sembilang Resti?
4. Apakah Atmosfir, Kualitas Layanan, Persepsi Harga berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Keloan Sembilang Resti?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan Rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh atmosfir terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Keloan Sembilang Resti?
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Keloan Sembilang Resti?

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Keloan Sembilang Resti?
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan Atmosfir, Kualitas Layanan, Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Keloan Sembilang Resti?

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan, manfaat yang ingin diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat bagi manajemen Rumah Makan Keloan Sembilang Resti  
Dapat memberikan masukan dan saran pemikiran yang positif mengenai pengaruh atmosfir terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Keloan Sembilang Resti.
2. Manfaat bagi akademik  
Sebagai tambahan literatur pustaka di Universitas Muhammadiyah Gresik yang mana nantinya dapat digunakan sebagai bahan untuk studi banding bagi mahasiswa dalam mengambil penelitian lanjutan mengenai permasalahan yang sama.
3. Manfaat bagi peneliti  
Memberi kesempatan pada penulis untuk menerapkan ilmu manajemen pemasaran yang telah diperoleh dipelajari dalam menjalani perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik.