

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Belakangan ini telah mengalami peningkatan yang sangat pesat baik industri produk atau jasa. Hal ini menyebabkan persaingan di industri bisnis semakin ketat. Ketatnya persaingan dalam dunia bisnis menjadi kekhawatiran para pelaku usaha, berbagai strategi dibuat agar dapat menembus pasar serta mempertahankan bisnis tersebut agar tetap berjalan. Untuk menjaga bisnis tetap bertahan, kepuasan pelanggan harus menjadi prioritas utama. Pengusaha harus memiliki kemampuan untuk bersaing di dunia internasional untuk mengikuti arus globalisasi.

Perkembangan zaman yang semakin maju berdampak pada perkembangan usaha dan bisnis salah satunya adalah dibidang kuliner. Saat ini bisnis makanan dan minuman memiliki perkembangan yang pesat. Adapun faktor yang mendorong perkembangan bisnis ini adalah gaya hidup dan pendapatan konsumen. Perkembangan ini mengakibatkan perubahan pola dan cara pesaing dalam mempertahankan bisnisnya. Persaingan menuntut pelaku usaha mampu bertindak cepat dan tepat karena dalam persaingan sekarang ini, konsumen akan membandingkan antara produk satu dengan produk lainnya dan produsen dituntut menawarkan produk yang berkualitas

dan mempunyai ciri khas atau nilai lebih serta manfaat bagi konsumen sehingga tampak berbeda dengan produk lainnya.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian nasional. Pada saat ini UMKM gencar dilakukan dan dikembangkan diberbagai daerah di Indonesia. Salah satu daerah yang menjalankan UMKM adalah wilayah Kabupaten Madiun. Di Wilayah Pemerintah Kabupaten Madiun mendukung penuh adanya Usaha Mikro Kecil dan Menengah. UMKM telah diatur berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Dalam UU tersebut dinyatakan definisi tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah “Sebuah perusahaan yang digolongkan sebagai UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu”.

Berikut data jumlah UMKM di Kabupaten Madiun yang diperoleh dari data Rencana Pembangunan Daerah (RPD) Kabupaten Madiun tahun 2018-2024.

Tabel 1.1 Jumlah UMKM dan Tenaga Kerja Tahun 2018-2022

No	Uraian	2018	2019	2020	2021	2022
1	UMKM (Unit)	128.000	128.114	128.143	128.169	128.243
2	Tenaga Kerja (Orang)	207.748	207.788	207.856	207.912	208.120
3	Usaha Mikro	12.860	13.012	13.166	13.516	15.810
4	Usaha Mikro Yang di Bina	240	230	297	1.175	1.405

5	Usaha Mikro Yang Naik Kelas	6	32	89	170	92
---	-----------------------------	---	----	----	-----	----

Sumber: BAPPEDA MADIUN, 2014

Berdasarkan tabel 1.1 Jumlah UMKM di Kabupaten Madiun mengalami pertambahan yang berarti menandakan perkembangan ekonomi yang baik. UMKM sendiri memberikan peran penting karena memberikan dampak positif pada peningkatan tenaga kerja sehingga menekan angka pengangguran. Dampak positif tersebut juga meningkatkan PDRB atau pendapatan perkapita Kabupaten Madiun.

Salah satu Pelaku UMKM pada umumnya memilih usaha kuliner yang relatif sederhana dan mudah untuk didirikan serta dijalankan. Usaha kuliner tersebut salah satunya adalah warung angkringan. Banyak warung kopi atau angkringan yang berdiri di Caruban salah satunya Warung Corina Caruban. Warung Corina Caruban berlokasi di Jl. Kenanga, Bangunsari, Kec. Mejayan, Kab. Madiun. Salah satu dari banyaknya warung atau angkringan yang sudah dikenal oleh masyarakat caruban. Keberhasilan warung corina dalam mempertahankan bisnis di era moderensasi serta persaingan yang ketat tidak lepas dari strategi yang diciptakan. Karena tidak dipungkiri dari berkembang pesatnya perekonomian di Madiun banyak juga pedagang yang gulung tikar dikarenakan tidak dapat bersaing mengikuti tren penjualan terkini.

Setiap tempat kuliner memiliki daya tarik dan keunikan sendiri-sendiri, mulai dari lokasi, harga makanan yang beragam, sampai fasilitas yang disediakan serta pelayanan yang ramah. Sebagian orang memiliki kecenderungan mengunjungi tempat makan yang homogen (tidak bervariasi),

hal tersebut bisa di sebabkan beberapa hal antara lain budget (anggaran belanja), jenis makanan, fasilitas, lokasi strategis dan waktu buka. Warung Corina Caruban menyediakan tempat yang nyaman. Ada dua fasilitas yaitu Corina Coffe dan Corina Warung. Corina Coffe terletak di sebelah Corina Warung dengan nuansa kafe yang hangat. Konsumen bisa menikmati menu makanan dan minuman yang disediakan mulai dari Rp 8.000 misalnya Pink Candy atau aneka korean food seperti teoboki yang banyak digemari para remaja. Sementara Corina Warung menyediakan tempat yang luas ada meja kursi sampai lesehan. Tersedia makanan dan minuman seperti nasi jotos, berbagai tusukan dan minuman seduh yang bisa di nikmati dengan harga terjangkau.

Inovasi dan kreatifitas diperlukan untuk menyusun startegi pemasaran. Pemilihan lokasi yang mudah dijangkau calon konsumen lalu menyediakan fasilitas yang layak serta pelayanan yang baik dan penetapan harga yang sesuai dengan pangsa pasar merupakan hal yang harus diperhatikan pelaku usaha. Minat konsumen pada Warung Corina Caruban tentu harus dipertahankan karena memiliki potensi untuk berkembang lagi.

Tabel 1.2 Total Pendapatan Warung Angkringan Bulan Juni-Oktober 2024

Bulan	Warung Corina	Warung The Djawa	CJDW Cafe
Juni	Rp 19.522.000	Rp 10.623.000	Rp 18.805.000
Juli	Rp 20.587.000	Rp 13.511.000	Rp 19.344.000
Agustus	Rp 21.581.000	Rp 13.266.000	Rp 19.725.000
September	Rp 22.735.000	Rp 13.955.000	Rp 20.985.000
Oktober	Rp 23.423.000	Rp 14.254.000	Rp 21.568.000
TOTAL	Rp 107.848.000	Rp 65.609.000	Rp 100.427.000

Sumber : Laporan Keuangan Warung Angkringan Caruban

Berdasarkan tabel 1.2 menunjukkan jumlah pendapatan Warung Corina Caruban pada bulan Juli-Oktober 2024 mengalami kenaikan hal tersebut diakibatkan dengan adanya kualitas yang menciptakan keputusan pembelian konsumen. Pengusaha angkringan harus mampu memahami kepuasan konsumen untuk membuat bisnis tetap hidup dan berkembang serta keuntungan akan meningkat. Dengan mendapatkan konsumen yang lebih besar atau secara konsisten, bisnis angkringan dapat bertahan menghadapi persaingan.

Keputusan pembelian merupakan cara konsumen memilih atau mengambil keputusan pada produk yang akan dibeli terlepas dari apakah akan membeli, kapan harus membeli, dimana harus membeli dan bagaimana memilih pembayarannya. Menurut Tjiptono (2020), keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Sedangkan menurut Kotler & Amstrong (2016) keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Keputusan pembelian di Warung Corina Caruban meliputi identifikasi produk, mengidentifikasi informasi produk, melakukan pembelian dan

kepastian pembelian. Konsumen cenderung membeli apa yang mereka butuhkan, seperti membeli nasi goreng untuk memenuhi kebutuhannya yaitu makan. Setelah itu konsumen akan mencari informasi terkait produk yang akan dibeli apakah produk itu telah sesuai atau tidak.

Hal ini diperkuat dengan adanya penelitian oleh Rahma et al. (2024), yang menjelaskan bahwa bahwa harga, lokasi, fasilitas serta kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Café Raja Bakso Rantauprapat. Penelitian yang dilakukan Indahsari & Roni (2022), menjelaskan Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi BE Kalirejo. Dan penelitian yang dilakukan oleh Azzahra et al. (2021), yang menghasilkan bahwasanya secara parsial, kualitas pelayanan, harga, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Neraca Shoes Cabang Permindo Padang. Pada pengujian secara simultan, kualitas pelayanan, harga, dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Neraca Shoes Cabang Permindo Padang. Koefisien.

Harga adalah faktor kunci untuk meraih keuntungan. Menurut Ramli (2013), pengertian harga adalah nilai relatif yang dimiliki oleh suatu produk. Harga merupakan komponen bauran pemasaran yang menentukan pendapatan perusahaan. Suatu harga ditentukan dengan perincian biaya produksi yang di tanggung seperti biaya bahan baku, tenaga kerja, distribusi, promosi dan lain-

lain. Penentuan harga tersebut jika tepat maka akan menciptakan permintaan yang optimal.

Fenomena pada harga yang ditawarkan Warung Corina Caruban masih terjangkau untuk semua kalangan. Jangkauan mengacu pada semua kalangan dari anak-anak, remaja sampai dewasa. Harga yang ramah kantong tentu akan menyedot ketertarikan konsumen. Menetapkan harga yang murah termasuk strategi para pedagang dalam memasang harga produk yang menyesuaikan kondisi ekonomi pada saat ini.

Hal itu didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Aprileny et al. (2020), Rahma et al. (2024), Suharlina (2023) dan Indahsari & Roni (2022), yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Mahardini et al. (2023), yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Indikator harga menyangkut dengan kondisi ekonomi konsumen sehingga memperhatikan harga untuk memenuhi kebutuhannya.

Setelah adanya pertimbangan harga dan penetapan harga Warung Corina Caruban yaitu kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono (2006), menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampainnya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pelayanan yang baik disediakan Warung Corina Caruban, pemesanan yang mudah dan cepat serta ramah. Fenomena yang terjadi sebagian konsumen Warung Corina Caruban terutama remaja

lebih memilih tempat nongkrong yang asyik dengan pelayanan yang ramah. Pelayanan yang sesuai serta kecepatan penyajian merupakan salah satu pertimbangan konsumen dalam memilih tempat untuk nongkrong. Seperti pembelian rice bowl di Cafe Corina yang pembuatannya sendiri membutuhkan waktu yang cukup lama tapi di Cafe Corina penyajiannya cukup cepat sehingga konsumen tidak perlu menunggu terlalu lama.

Hal itu didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Rahma et al. (2024), Arifiyani et al. (2022), Azzahra et al. (2021) dan Mahardini et al. (2023), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Octafilia & Wijaya (2020), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Yang mana jika kualitas pelayanan semakin baik maka akan berdampak pada keberhasilan suatu bisnis.

Selanjutnya adalah fasilitas, fasilitas berhubungan dengan sesuatu yang disiapkan untuk menunjang penjualan. Menurut Kotler (2009), mendefinisikan fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. Dalam hal ini fasilitas yang diberikan oleh pihak Warung Corina Caruban bisa dilihat dari desain ruangan Warung Corina Caruban terbilang bagus dan nyaman, dekorasi tempat yang estetik untuk dipandang. Penataan kursi dan meja yang rapi, penerangan yang cukup sehingga mendukung jika ada pengambilan

gambar maupun video. Fenomena yang terjadi konsumen memilih Warung Corina Caruban dikarenakan adanya fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan mereka. Seperti menyediakan wifi yang membuat konsumen betah untuk berlama-lama untuk singgah. Dan sering kali Warung Corina Caruban dipilih konsumen untuk menikmati nobar atau nonton bareng turnamen Mobile Legends ataupun nobar sepak bola sehingga konsumen yang mayoritas remaja sering menghabiskan waktu di Warung Corina caruban.

Diperkuat dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh Rahma et al. (2024), Arifiyani et al. (2022), Aprileny et al. (2020) dan Sari & Hidayat (2020), yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Imalia & Aprileny (2020), yang menyatakan bahwa fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Tidak hanya fasilitas, lokasi usaha juga akan mempengaruhi suatu keputusan pembelian seseorang.

Lokasi adalah kemudahan konsumen untuk menjangkau suatu produk tak lepas dari adanya lokasi yang strategis. Dimana lokasi perusahaan tersebut mudah di akses oleh kendaraan umum. Pemilihan lokasi yang strategis, mampu menambah poin plus bagi Warung Corina caruban untuk mendatangkan konsumen. Selain itu, lokasi yang strategis juga akan memudahkan bagi pengusaha untuk melakukan distribusi dan pemasaran kepada publik. Mudahnya akses ke lokasi usaha membuat konsumen tidak bingung dan berpikir panjang untuk berkunjung ke tempat usaha shop untuk mendatangkan konsumen. Selain itu, lokasi yang strategis juga akan

memudahkan bagi pengusaha untuk melakukan distribusi dan pemasaran kepada publik. Mudahnya akses ke lokasi usaha membuat konsumen tidak bingung dan berpikir panjang untuk berkunjung ke tempat usaha.

Akses jalan yang bagus didukung dengan visibilitas yang mendukung kenyamanan berkendara seperti disediakan penerangan jalan raya. Dekat dengan jalan utama, sarana umum seperti kantor polisi, alun-alun caruban, taman kota dan RSUD. Fenomena pada Warung Corina Caruban mengenai lokasi yang dipilih memiliki akses yang mudah dan terbilang cukup strategis karena jalan tersebut sering di lalui dan menjadi titik lokasi yang dipilih untuk mendirikan usaha. Kemudahan akses kendaraan menjadi faktor pendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Ketika akan memenuhi kebutuhan dan keinginannya konsumen akan melihat akses lokasi tersebut mudah atau sulit. Selain itu, tetapi disini Warung Corina caruban juga berada di lingkungan yang banyak terdapat angkringan sejenis dimana kompetitor atau pesaingnya cukup ketat sehingga menyebabkan pelanggan tidak hanya berfokus pada Warung Corina Caruban saja. Maka dari itu Warung Corina Caruban harus memperhatikan keputusan pembelian agar konsumen tertarik dengan Warung Corina caruban

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Rahma et al. (2024), Sari & Hidayat (2020), Annisaa et al. (2022) dan Octafilia & Wijaya (2020), yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Indahsari &

Roni (2022), yang menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui apakah variabel harga, kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi mempengaruhi keputusan pembelian Warung Corina Caruban. Untuk itu dalam menyusun skripsi ini penulis mengambil judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Warung Corina Caruban)”**

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini terdapat batasan masalah yang bertujuan untuk menghindari permasalahan yang diteliti yaitu sebagai berikut:

1. Variabel yang digunakan meliputi Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Fasilitas (X3), Lokasi (X4), Keputusan Pembelian (Y).
2. Penelitian hanya dilakukan pada konsumen yang pernah melakukan pembelian di Warung Corina caruban.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dan batasan masalah yang telah dapat dikemukakan, maka dapat diperoleh beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Warung Corina Caruban?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Warung Corina Caruban?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Warung Corina Caruban?
4. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Warung Corina Caruban?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas maka dapat ditujukan penelitiannya sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui secara empiris mengenai pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Warung Corina Caruban.
2. Untuk mengetahui secara empiris mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Warung Corina Caruban.
3. Untuk mengetahui secara empiris mengenai pengaruh fasilitas terhadap keputusan pembelian pada Warung Corina Caruban.
4. Untuk mengetahui secara empiris mengenai pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada Warung Corina Caruban.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diberikan dalam penelitian ini merupakan beberapa kontribusi yang mampu dihasilkan yaitu:

a. Bagi Akademis

Dapat memperluas pengetahuan dan dapat memberikan pengembangan maupun informasi mengenai pengaruh harga, kualitas produk, fasilitas, lokasi dan keputusan pembelian dalam bidang pemasaran.

b. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk menerapkan pengetahuan teoritis yang diperoleh selama berada di bangku kuliah dan literatur–literatur yang lain, serta membandingkannya dengan kenyataan yang terjadi sebenarnya dan dapat memberikan gambaran mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam dunia bisnis.

c. Bagi Konsumen

Hasil penelitian ini dapat menjadi gambaran dan tambahan pertimbangan bagi konsumen tentang hal yang perlu diperhatikan sebelum mereka dalam keputusan pembelian. Dengan begitu diharapkan konsumen menjadi lebih cerdas dalam memutuskan untuk membeli.