

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Saat ini usaha makanan merupakan usaha bisnis yang menjanjikan, gaya hidup masyarakat membuat bisnis makanan semakin berkembang. Dalam menghadapi persaingan yang ketat maka setiap pelaku usaha harus mampu bersaing untuk memenangkan persaingan. Para pelaku usaha disarankan untuk lebih cermat dalam mempertahankan bisnisnya, banyak cara untuk mempertahankan dan meningkatkan pembelian konsumen. Perubahan perilaku keinginan konsumen terhadap selera makanan kuliner yang beragam dapat mempengaruhi timbulnya tuntutan pemenuh kebutuhan pangan yang berkualitas. Hal tersebut menjadi kebutuhan pangan yang paling utama.

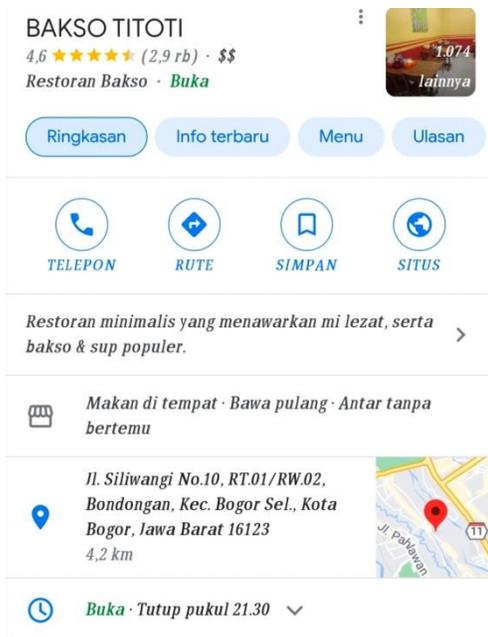
Gaya hidup dan kebutuhan masyarakat yang semakin tinggi, ditambah pola hidup masyarakat yang sibuk dengan aktivitas bekerja hingga tak kenal waktu. Membuat pekerja lebih banyak menghabiskan aktivitasnya diluar rumah dan mencari kebutuhan makan untuk sehari-hari. Kondisi seperti ini para pekerja lebih praktis membeli makanan dan minuman diluar. Salah satu hidangan kuliner yang sangat banyak diminati konsumen salah satunya yaitu *bakso atau baso*.

Seperti kita ketahui baso adalah jenis makanan bola daging yang lazim ditemukan pada masakan Indonesia, yang terbuat dari campuran daging sapi asli yang digiling dan dicampurkan dengan tepung tapioca (aci). Bahan utama baso tidak hanya daging sapi, adapun baso yang berbahan utama menggunakan daging ayam, ikan, dan udang. Dalam penyajian baso diokuah kaldu sapi bening, dicampur mie, bihun, sayuran bahkan telur dengan panas-panas lalu ditaburi dengan topping seledri, bawang goreng. Hidangan kuliner ini merupakan makanan yang sangat populer di kota, desa di Indonesia, dari pedagang kaki lima hingga restoran besar. Hingga saat ini banyak berbagai jenis hidangan baso dengan berbagai jenis yang tawarkan para pelaku bisnis.

Banyaknya pelaku bisnis yang menciptakan peluang usaha baso, dalam menyikapi pertumbuhan konsumen potensi dalam negeri. Pelaku usaha melakukan berbagai cara untuk mencapai kemajuan usahanya. Salah satu kunci keberhasilan adalah orientasi pelayanan pelanggan, banyak orang yang tidak memahami pengaruh layanan pelanggan

atau *customer service* terhadap usaha dan pekerjaannya. Baik berpengaruh positif maupun negatif, setiap peristiwa bertemunya antara manusia yang satu dengan manusia lainnya dimanapun tempatnya dan apapun profesinya pasti akan melibatkan aspek melayani, baik dilakukan secara langsung maupun tidak langsung.

Melalui pelayanan kepada pelanggan, secara langsung maupun tidak langsung agar menjaga pelanggan agar tidak lari meninggalkan atau berpindah pada tempat lain.



Pemilihan pembelian makanan selain harga faktor lain yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian yaitu kualitas layanan. Pelaku bisnis kuliner harus mampu memberikan kualitas layanan terbaik untuk konsumen, agar konsumen dapat melakukan proses pengambilan keputusan pembelian. Kualitas layanan yang diharapkan dan kualitas layanan yang diterima oleh konsumen sesuai dengan yang diharapkan. Maka keinginan konsumen tentang layanan adalah baik dan memuaskan. Bisa dilihat dari hasil rating Warung T menunjukkan bahwa warung baso T banyak diminati oleh setiap orang, dikarenakan baso T

merupakan bakso legendaris yang sudah lama dikenal.

Berdasarkan kualitas pelayanan peneliti memilih tempat untuk dijadikan penelitian yaitu pelaku usaha dibidang kuliner warung bakso T. Seperti yang terjadi dilapangan, peneliti memperoleh informasi dan observasi langsung warung baso T ini yang memang memiliki kualitas pelayanan yang sangat baik. Dengan kualitas layanan yang baik maka warung baso T ini banyak konsumen yang tidak ragu lagi untuk memilih pembelian di kedai baso tersebut. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Warung Baso T.**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan dilapangan, beberapa permasalahan yang ditemui adalah sebagai berikut:

1. Banyak minat pembelian warung baso T karena pelayanan yang sigap pada saat konsumen datang.
2. Minat dan tertarik pembelian kembali karena respon yang diberikan karyawan warung baso T ramah dan memahami keinginan konsumen.
3. Cepat dalam menyajikan hidangan tidak memerlukan waktu lama.

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan indentifikasi masalah tersebut, maka perlu dilakukan pembatasan masalah agar pembahasan tidak menyimpang atau berkembang ke masalah lain. Penelitian difokuskan pada Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Warung Baso T. Alasan tersebut dipilih karena dalam kualitas pelayanan diduga mempunyai kontribusi besar terhadap keputusan pembelian. Responden penelitian ini adalah konsumen yang memutuskan pembelian baso pada warung baso T.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah secara simultan tanggapan (*responsiveness*), kehandalan (*reability*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), bukti fisik (*tangible*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian warung baso T ?
2. Apakah secara parsial bukti fisik (*tangible*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen warung baso T?
3. Apakah secara parsial kehandalan (*reability*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen warung baso T ?
4. Apakah secara parsial ketanggapan (*responsiveness*) berpengaruh signifikan terhadap keputuasan pembelian konsumen warung baso T?
5. Apakah secara parsial jaminan (*assurance*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen warung baso T?

6. Apakah secara parsial empati (*empathy*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen warung baso T?

1.5. Tujuan Penelitian

Melihat rumusan masalah di atas maka penelitian ini mempunyai beberapa tujuan, yang dapat penulis sampaikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui secara simultan bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen warung baso T.
2. Untuk mengetahui secara parsial bukti fisik (*tangible*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen warung baso T.
3. Untuk mengetahui secara parsial kehandalan (*reability*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen warung baso T.
4. Untuk mengetahui secara parsial ketanggapan (*responsiveness*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen warung baso T.
5. Untuk mengetahui secara parsial jaminan (*assurance*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen warung baso T.
6. Untuk mengetahui secara parsial empati (*empathy*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen warung baso T.

1.6. Manfaat Penelitian

Selaras dengan tujuan penelitian tersebut, kegiatan penelitian ini memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat menambah wawasan informasi secara umum terlebih khususnya untuk pentingnya kualitas pelayanan dalam sebuah perusahaan maupun pelaku usaha bisnis.
2. Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang berpengaruh kualitas pelayanan sehingga berpeluang sangat mudah menarik dan mempertahankan konsumen dan pelanggan yang sudah ada

3. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi akademisi yang ingin melakukan penelitian khususnya berkaitan dengan masalah kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

1.7. Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi dalam skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penulisan yaitu terdiri dari:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi dari kutipan buku yang berkaitan dengan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan berdasarkan hasil analisis secara lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi buku, jurnal, dan rujukan yang digunakan dalam menyusun penelitian ini.