

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan dalam dunia usaha sangatlah cepat, hal ini mengakibatkan persaingan yang semakin ketat. Seiring kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat sehingga memicu banyaknya UMKM yang bermunculan. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut UMKM-UMKM memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta memenuhi kebutuhan konsumen dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen yang lebih memuaskan.

Kualitas pelayanan memberikan sebuah dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan UMKM. Dalam jangka Panjang memungkinkan konsumen untuk Kembali dan loyal terhadap umkm tersebut. Dengan demikian, UMKM dapat memahami dan meningkatkan kepuasan konsumen di mana UMKM memaksimalkan pengalaman konsumen yang menyenangkan dan meminimkan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan.

Memenuhi kepuasan konsumen tentunya pelayanan sangat penting dikelola UMKM dengan baik. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi pihak penyedia produk ataupun jasa, melainkan berdasar persepsi konsumen. Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu produk ataupun jasa. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dalam suatu UMKM, akan

menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan dengan

pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu, UMKM harus mulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini disadari bahwa pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam bertahan di dunia bisnis untuk memenangkan persaingan.

Persaingan di dunia bisnis pada dasarnya apabila ingin terus tetap bertahan dan eksis maka citra merek juga sangat lah penting untuk diperhatikan .Selain itu, persepsi konsumen yang positif terhadap suatu merek akan menimbulkan citra positif pada merek tersebut, sehingga lebih memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian. Merek dengan citra yang lebih baik juga menjadi dasar untuk membangun citra perusahaan yang positif. Persaingan semakin meningkat diantara merek-merek yang beroperasi di pasar. Hanya produk yang memiliki *brand image* yang kuat yang tetap mampu bersaing dan mampu menguasai pasar. Citra merek memiliki beberapa fungsi (Boush dan Jones dalam Mardalis, 2005:113).

Tatik Suryani (2013:86) citra merek umumnya didefinisikan segala hal yang terkait dengan merek yang ada di benak konsumen. Citra merek dapat membantu perusahaan dalam memasarkan produknya kepada calon konsumen. Karena jika konsumen telah mengenal sebuah merek dengan baik maka mereka akan loyal terhadap merek tersebut dan akan melakukan pembelian ulang terhadap merek

tersebut, dengan citra merek yang telah dimiliki oleh konsumen ini maka konsumen tidak akan melihat merek lain dan langsung memutuskan untuk membeli merek yang telah mereka kenal.

Salah satu variabel lain yang berkaitan dengan pelayanan dan citra merk pada suatu produk yang akan mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk adalah harga, dimana perusahaan harus tepat dalam pemberian harga suatu produk, dalam artian ada keseimbangan antara biaya yang harus di keluarkan untuk mendapatkan suatu produk dengan manfaat yang akan di peroleh, Menurut (Stanton, dalam Tjiptono 2008:152) dalam Sahir, dkk. (2016:3), Salah satu variabel lain yang berkaitan dengan gaya hidup halal dan adanya lebel halal pada suatu produk yang akan mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk adalah harga, dimana perusahaan harus tepat dalam pemberian harga suatu produk, dalam artian ada keseimbangan antara biaya yang harus di keluarkan untuk mendapatkan suatu produk dengan manfaat yang akan di peroleh, Menurut (Stanton, dalam Tjiptono 2008:152) dalam Sahir, dkk. (2016:3)

harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan pelanggan dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli atau penjual dan ditetapkan oleh penjual untuk suatu harga yang sama terhadap semua pembeli. Dengan demikian suatu UMKM yang bergerak dalam bidang produk ataupun jasa harus menyesuaikan manfaat dari produk ataupun jasa tersebut dengan harga jual di pasar, sehingga mendapatkan respon positif dari konsumen yang akan berpengaruh terhadap keberlangsungan suatu produk atau jasa.

Sejalan dengan penelitian Herawati, dkk.(2019), menunjukkan bahwa

pengaruh harga terhadap keputusan pembelian secara langsung dan tidak langsung melalui motivasi pembelian mempunyai pengaruh tidak langsung yang lebih besar. Dengan demikian sebuah UMKM yang ingin memproduksi sebuah produk harus benar-benar memperhatikan pemberian harga sehingga produk yang telah di produksi bisa diterima dengan baik oleh konsumen. UMKM yang berada di Kabupaten bangkalan Data yang diberikan BPS, total dari keseluruhan UMKM sekitar 106.000, (Koran Madura Kamis 06 Februari 2020).Di kabupaten bangkalan ini tersebar beragam umkm Salah satu nya adalah rumah makan bebek sinjay.

Pada awalnya bebek sinjay warung makan pinggir jalan. Warung ini buka sejak tahun 2001. Seiring berjalannya waktu, warung ini begitu terkenal dan memiliki banyak pelanggan, baik dari madura maupun luar madura. Hingga akhirnya warung pinggir jalan ini menjadi rumah makan. Apalagi sejak dioperasikannya jembatan suramadu yang menghubungkan surabaya dan madura semakin memudahkan para pecinta Bebek Sinjay untuk menikmatinya. Dalam sehari warung ini bisa menjual 1000-1500 ekor bebek.

Bapak Soleh adalah pemilik warung bebek sinjay ini. Dengan semakin terkenalnya bebek sinjay, semakin banyak pula pekerja di warung ini, yang ke semuanya merupakan sanak saudara dari sang pemilik. Bebek Sinjay menggunakan bebek sekitar daerah Bangkalan yang diproses dan diberi bumbu khas sinjay. Harga yang ditawarkan untuk satu porsi bebek sinjay terbilang cukup murah, Hanya sekitar Rp 25.000/porsi. Bebek Sinjay sebenarnya sama dengan nasi bebek goreng pada umumnya. Namun daging bebeknya begitu empuk dan tidak ada aroma amis layaknya bebek pada umumnya. Apalagi nasi yang mendampinginya begitu pulen. Ditambah gorengan tepung kremes berwarna

coklat yang sangat gurih. Namun yang menjadikan bebek ini begitu unik adalah cara memesannya. Anda diharuskan sabar antri dan menunggu untuk bisa menikmati kelezatan bebek sinjay ini, mulai dari membayar ke kasir hingga menunggu pesanan datang. Tahap pemesanan di Bebek Sinjay dimulai dari Pengunjung harus membayar terlebih dahulu ke kasir sesuai dengan jumlah porsi yang diinginkan. Selanjutnya pengunjung mengambil pesanan di loket yang berada di sebelahnya.

Banyaknya restoran makanan di Bangkalan di mana salah satunya yaitu Rumah Makan Bebek Sinjay yang menjadikan Bangkalan sebagai tempat wisata kuliner bagi penduduk Madura sendiri dan wisatawan yang berkunjung ke Madura. Dengan banyaknya restoran makanan yang disediakan di Madura menimbulkan persaingan yang ketat di antara rumah makan tersebut. Dengan adanya persaingan yang ketat di antara rumah makan ini menjadikan masing-masing rumah makan memberikan pelayanan yang terbaik, menjaga kualitas produk, menawarkan harga murah, dan melakukan promosi untuk mengenalkan produknya kepada calon konsumennya. Perbedaan pelayanan, kualitas produk, dan harga menjadi tolak ukur calon pembeli untuk memilih rumah makan yang mereka senangi.

Selain faktor tersebut citra merek juga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Menurut Tatik Suryani (2013:86) citra merek umumnya didefinisikan segala hal yang terkait dengan merek yang ada dibenak konsumen. Citra merek dapat membantu perusahaan dalam memasarkan produknya kepada calon konsumen. Karena jika konsumen telah mengenal sebuah merek dengan baik maka mereka akan loyal terhadap merek tersebut dan akan melakukan pembelian ulang terhadap merek tersebut, dengan citra merek

yang telah dimiliki oleh konsumen ini maka konsumen tidak akan melihat merek lain dan langsung memutuskan untuk membeli merek yang telah mereka kenal.

Berdasarkan beberapa uraian tersebut maka peneliti tertarik untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Variabel kualitas pelayanan, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian. Sehingga peneliti melakukan penelitian dengan judul **“DAMPAK KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BEBEK SINJAY** (Studi Pada Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura)

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Bebek Sinjay ?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Bebek Sinjay ?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Bebek Sinjay ?
4. Apakah kualitas pelayanan, citra merek dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Bebek Sinjay ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Bebek Sinjay.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Bebek Sinjay.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Bebek Sinjay.

4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, citra merek dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Bebek Sinjay.

1.4 Manfaat

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat yang berguna bagi semuanya, manfaat yang diperoleh antara lain:

1. Bagi Universitas Trunojoyo Madura

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai penambahan dan memberikan informasi bagi pihak-pihak lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut bagi mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura.

2. Bagi Peneliti Lain

Penulis berharap penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terutama tentang kualitas pelayanan, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian.

3. Bagi Pengelola

Manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai informasi atau masukan bagi pengelola rumah makan bebek sinjay dalam melakukan inovasi yang berkaitan dengan kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Harga sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

4. Bagi Peneliti

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan peneliti sebagai bekal untuk

terjun di dunia kerja khususnya dalam bidang pemasaran dan untuk menerapkan ilmu yang diperoleh di waktu kuliah.