

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Makanan cepat saji merupakan makanan yang mudah dikemas, mudah disajikan, praktis atau diolah dengan cara sederhana. Produk *fast food* yang menjadi menu primadona bagi masyarakat Indonesia adalah *hamburger*. *Hamburger* atau sering disebut dengan *burger* adalah sejenis makanan berupa roti berbentuk bundar yang diiris dua dan di tengahnya diisi dengan *patty* yang biasa diambil dari daging, kemudian sayur – sayuran berupa selada, tomat, dan bawang bombay. Pelaku bisnis kuliner makanan cepat saji (*fast food*) tidak hanya berfokus pada cita rasa untuk menarik konsumen. Di tengah persaingan yang ketat mendorong pelaku usaha untuk memberikan suatu keunggulan sehingga dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian (Valoka, 2017).

Eat Aja Tasty Burger Lubuk Pakam adalah salah satu usaha makanan cepat saji (*fast food*) yang berlokasi di jalan diponegoro no. 52 Lubuk Pakam. Usaha ini telah berdiri sejak tahun 2021 dengan menjual makanan berjenis *fast food western* dengan menu utama nya adalah *Burger*. Menu *burger* yang tersedia antara lain: *Minions Burger*, *Chicken Crispy Burger*, *Beef Patty Burger*, *Chicken Cheese Burger*, *Beef Cheese Burger* dan *Monster Burger*. Akan tetapi *Eat Aja Tasty Burger* Lubuk Pakam juga menyediakan makanan dan minuman lainnya diantaranya: kebab duren lumer, kebab *chicken lava*, *mango yakult*, *avocado coffee*, *dark choco*, *thai tea*, *vanilla oreo*, *green tea*, taro dan *lemon tea*.

Keputusan Pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk menentukan apa yang akan dibeli, berapa banyak yang akan dibeli dan bagaimana cara melakukan pembelian (Bafadhal, 2020). Keputusan Pembelian merupakan tahap dimana konsumen membuat sebuah keputusan yang mana terjadi pembelian sebenarnya oleh konsumen (Kotler, 2015). Setiap konsumen akan melalui 5 tahap ketika membeli suatu produk atau jasa seperti pengenalan masalah, mencari informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian (kotler & keller 2009).

Keputusan pembelian oleh konsumen sangat menentukan jumlah penjualan. Melalui observasi yang telah dilakukan oleh peneliti, pemilik *Eat Aja Tasty Burger* Lubuk Pakam mengatakan bahwa restoran mereka sedang menghadapi permasalahan yaitu penurunan penjualan. Penurunan penjualan terjadi karena konsumen mengurangi pembeliannya terhadap produk *burger*. Berikut ini data penjualan di *Eat Aja Tasty Burger* Lubuk Pakam pada tahun 2021 hingga 2023 yaitu:

Tabel 1.1 Data Penjualan di *Eat Aja Tasty Burger* Lubuk Pakam

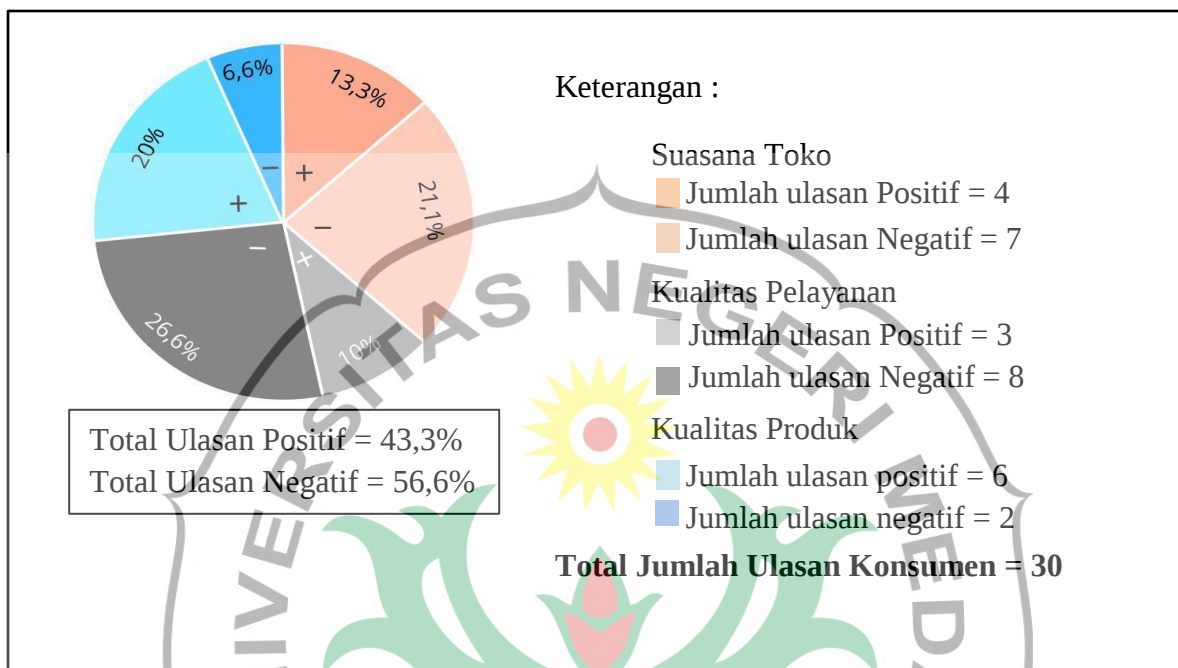
No	Tahun 2021	Jumlah	Tahun 2022	Jumlah	Tahun 2023	Jumlah
1.	Januari	3.447 pcs	Januari	3.374 pcs	Januari	2.240 pcs
2.	Februari	3.581 pcs	Februari	3. 359 pcs	Februari	2.043 pcs
3.	Maret	3.622 pcs	Maret	3. 478 pcs	Maret	2.075 pcs
4.	April	3.420 pcs	April	3.525 pcs	April	2.071 pcs
5.	Mei	3.533 pcs	Mei	3.276 pcs	Mei	2. 031 pcs
6.	Juni	3.530 pcs	Juni	3.645 pcs	Juni	1.978 pcs

7.	Juli	3.514 pcs	Juli	3.514 pcs	Juli	1.850 pcs
8.	Agustus	3.569 pcs	Agustus	3. 425 pcs	Agustus	1.826 pcs
9.	September	3.427 pcs	September	3.274 pcs	September	1.889 pcs
10.	Oktober	3. 511 pcs	Oktober	2.781 pcs	Oktober	1.852 pcs
11.	November	3. 489 pcs	November	2. 889 pcs	November	1.789 pcs
12.	Desember	3.525 pcs	Desember	2.575 pcs	Desember	1.705 pcs
	Total	42.168 pcs	Total	41.115 pcs	Total	23.349 pcs

Sumber : Data Eat Aja Tasty Burger Lubuk Pakam

Bachri, (2021) menyatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah suasana toko. Menurut Berman & Evan, (2018) suasana toko mengacu pada ciri-ciri fisik toko yang dipakai untuk membangun kesan dan untuk menarik pelanggan. Namun, menurut kotler, (2016) Suasana toko merupakan suasana di sebuah toko yang memiliki tata letak fisik yang akan memudahkan atau menyulitkan saat berada di toko tersebut. Kondisi Suasana Toko di *Eat Aja Tasty Burger Lubuk Pakam* dapat diketahui melalui ulasan konsumennya. Berikut ini Ulasan Konsumen *Eat Aja Tasty Burger Lubuk Pakam* di *google rating* yaitu:

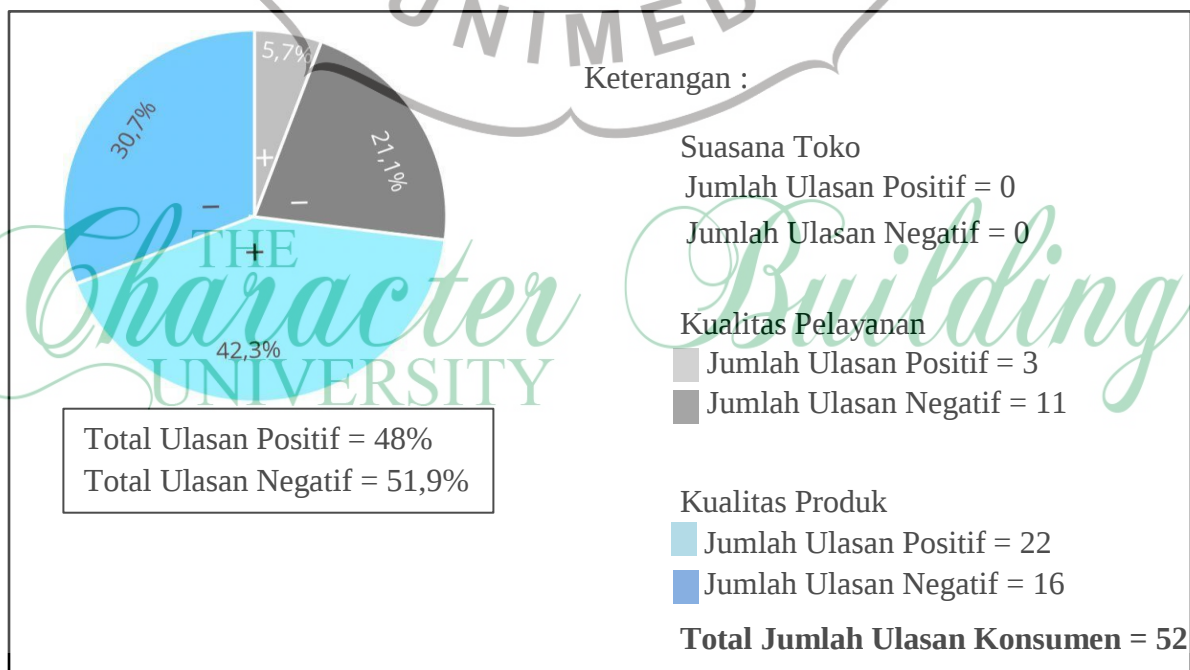
Character Building
UNIVERSITY



Gambar 1.1 Ringkasan Ulasan Konsumen di Google

Sumber: Rating Google Review

Berikut ini Ulasan Konsumen *Eat Aja Tasty Burger* Lubuk Pakam di *gofood* yaitu:



Gambar 1.2 Ringkasan Ulasan Konsumen di *Gofood*

Sumber: Rating Ulasan Gofood

Melalui data ulasan konsumen diatas, dapat diketahui bahwa suasana toko di *Eat Aja Tasty Burger* Lubuk Pakam masih kurang optimal. Konsumen Menyatakan bahwa penempatan tata letak meja dan kursi yang satu dengan yang lainnya disusun sangat berdekatan sehingga menyebabkan konsumen kurang nyaman. Hal ini tentu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di *Eat Aja Tasty Burger* Lubuk Pakam.

Suasana toko tidaklah satu-satunya yang mempengaruhi Keputusan Pembelian. Menurut Fahri dkk., (2023) Kualitas pelayanan juga memiliki peran signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut Kotler (2012), Kualitas Pelayanan sebagai salah satu pendorong yang paling menentukan keberhasilan suatu usaha. Jika kualitas pelayanan yang diberikan dianggap tidak baik atau tidak sesuai dengan yang diharapkan maka dapat menimbulkan rasa kecewa dan tidak puas terhadap kualitas yang diberikan. Menurut Abdullah & tantri, (2019) Kualitas pelayanan merupakan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh dari kemampuannya yang diberikan oleh perusahaan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun tersirat. Melalui data ulasan konsumen di *gofood* dan *google review* diketahui bahwa Pelayanan di *Eat Aja Tasty Burger* Lubuk Pakam cenderung negatif. Konsumen menyatakan bahwa karyawan kurang tanggap dalam melayani konsumen. Ketidak Tanggapan karyawan terdapat pada ketidaksesuaian pesanan dengan yang diterima oleh konsumen. Selain itu,

Karyawan *Eat Aja Tasty Burger* Lubuk Pakam juga kurang peduli terhadap pesanan konsumen. Konsumen menyatakan bahwa pesanan lama karena karyawan terlalu banyak tertawa saat bekerja. Menurut Riyadin, (2019) Kualitas pelayanan merupakan hal penting yang perlu diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh konsumen.

Selain itu, penyebab menurunnya keputusan pembelian konsumen adalah kualitas produk (Fiksi dkk., 2022). Kualitas Produk merupakan suatu bentuk barang maupun jasa yang diukur dalam standar mutu, kehandalan, keistimewaan tambahan, kadar, rasa serta fungsi kinerja dari produk tersebut (Rizal dkk, 2020). Berdasarkan data ulasan konsumen *Eat Aja Tasty Burger* Lubuk Pakam di *gofood* dan *google review* dapat diketahui bahwa Kualitas produk *burger* cukup baik. Terdapat 22 ulasan konsumen di *gofood* yang menyatakan bahwa *burger* di *Eat Aja Tasty Burger* Lubuk Pakam enak. Namun, terdapat 16 ulasan konsumen yang menyatakan bahwa kualitas produknya buruk. Konsumen menyatakan bahwa *burger* yang diterima menggunakan roti yang keras. Seharusnya, roti yang digunakan *Eat Aja Tasty Burger* Lubuk Pakam untuk membuat *burger* yaitu roti yang lembut dan empuk. Hal ini tentu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di *Eat Aja Tasty Burger* Lubuk Pakam.

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di *Eat Aja Tasty Burger* Lubuk Pakam”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Adapun Identifikasi masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terjadinya penurunan penjualan karena konsumen mengurangi pembeliannya pada produk *burger* di *Eat Aja Tasty Burger* Lubuk Pakam.
2. Penempatan tata letak meja di *Eat Aja Tasty Burger* Lubuk Pakam belum optimal sehingga menyebabkan konsumen kurang nyaman.
3. Pelayanan di *Eat Aja Tasty Burger* Lubuk Pakam kurang tanggap dalam melayani konsumen dikarenakan ketidaksesuaian pesanan dengan yang diterima konsumen.
4. Keandalan produk *burger* di *Eat Aja Tasty Burger* Lubuk Pakam Kurang baik dikarenakan produk *burger* menggunakan roti yang keras.

1.3 Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini terarah maka perlu dilakukan pembatasan masalah untuk menentukan fokus penelitian dan menghindari kesimpangsiuran serta keterbatasan waktu dalam penelitian. Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di *Eat Aja Tasty Burger* Lubuk Pakam.

1.4 Rumusan Masalah

Berikut ini rumusan masalah dalam penelitian ini diantaranya yaitu:

1. Apakah Suasana Toko berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di *Eat Aja Tasty Burger* Lubuk Pakam?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di *Eat Aja Tasty Burger* Lubuk Pakam?

3. Apakah Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di *Eat Aja Tasty Burger* Lubuk Pakam.
4. Apakah Suasana Toko, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di *Eat Aja Tasty Burger* Lubuk Pakam?

1.5 Tujuan Penelitian

Setiap penelitian yang dilakukan tentunya memiliki tujuan yang hendak dicapai. Adapun tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah Suasana Toko berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di *Eat Aja Tasty Burger* Lubuk Pakam.
2. Untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di *Eat Aja Tasty Burger* Lubuk Pakam.
3. Untuk mengetahui apakah Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di *Eat Aja Tasty Burger* Lubuk Pakam.
4. Untuk mengetahui apakah Suasana Toko, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di *Eat Aja Tasty Burger* Lubuk Pakam.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak, antara lain adalah:

1. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk meningkatkan pengetahuan dalam mengembangkan keterampilan dan pengalaman peneliti serta dapat mengetahui seberapa besar pengaruh suasana toko, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

2. Bagi Pelaku Usaha

Diharapkan menjadi bahan masukan dan informasi tambahan dalam mempertimbangkan masalah yang berhubungan dengan suasana toko, kualitas pelayanan dan kualitas produk sehingga dapat meningkatkan Jumlah Penjualan.

3. Bagi Lembaga UNIMED

Sebagai tambahan literatur kepustakaan di bidang penelitian pemasaran khususnya mengenai pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.

4. Bagi Peneliti Lain

Sebagai referensi dan bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan Suasana Toko, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.