

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Rumah makan adalah suatu usaha yang diyakini sebagai salah satu bentuk usaha ekonomi yang memiliki prospek cukup bagus, bahkan dalam kondisi krisis sekalipun. Namun sering kali ada usaha yang mengalami kerugian atau biasa disebut gulung tikar akibat tidak mampu mempertahankan jumlah pengunjungnya. Menyebutkan bahwa terjadinya kesuksesan di usaha bidang pelayanan makanan dan minuman ini tidak hanya ditentukan oleh jumlah pengunjungnya, tetapi ditentukan oleh kemampuan meningkatnya pertumbuhan pelanggannya.

Bisnis rumah makan atau cafe menjadi ladang usaha yang menarik minat banyak orang. Hal ini disebabkan peluang bisnis pada sektor makanan lumayan menggiurkan. Selagi manusia masih membutuhkan makanan maka peluang bisnis di sektor makanan sangat terbuka. Belum lagi aktivitas manusia yang tidak puas dengan memasak sendiri tetapi ingin membeli makanan maupun minuman yang sudah jadi. Di Manado saat ini sudah terdapat banyak sekali rumah kopi atau café, sehingga banyak terjadi persaingan antara café dan café lainnya. Sehingga café-café yang ada selalu melakukan inovasi maupun membuat produk yang membedakan ciri khas café tersebut dengan café lainnya. Keputusan membeli di rumah makan dan café tergantung dari banyak faktor seperti harga, lokasi, kualitas pelayanan dan faktor-faktor yang lain.

Menurut Kotler & Keller (2019) keputusan pembelian adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu di antara nya. Keputusan Pembelian menurut Suharso (2010) adalah tahap dimana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk serta mengonsumsinya.

Menurut Tjiptono (2015) promosi merupakan elemen bauran pemasar yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali pada konsumen akan merek dan produk perusahaan. Sedangkan menurut Buchory & Saladin (2017) promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang di dayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan.

Menurut Kotler (2000) kualitas pelayanan merupakan totalitas diri dari membentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan baik yang terlihat jelas maupun yang tersembunyi. Bagi perusahaan yang bergerak di sector jasa, pembelian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus di lakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan.

Dalam penelitian ini, peneliti meneliti salah satu rumah makan dan kopi di manado yang bernama Rumah Makan dan Kopi Camar Kawangkoan. Rumah makan ini merupakan nama salah satu tempat makan yang berada di Jl.Kawangkoan, Kec. Kawangkoan Utara, Kab. Minahasa, Sulawesi utara yang berdiri sejak tahun 2012. Rumah makan dan kopi Camar Kawangkoan menjual

makanan dan minuman yang menu utamanya Mie Lao-Lao dan Kop susu panas.

Tabel 1. 1 Data jumlah pendapatan per bulan Rumah Makan dan Kopi Chamar Kawangkoan Sulawesi Utar pada tahun 2019 sampai tahun 2021

Tahun	Pendapatan per bulan	Laba Bersih
2019	Rp. 40.000.000	Rp. 20.000.000
2020	Rp. 6.000.000	Rp. 3.000.000
2021	Rp. 12.000.000	Rp. 6.000.000

Sumber: Data penjualan Rumah Makan dan Kopi Camar Kawangkoan Sulawesi Utara, 2022

Table di atas merupakan data jumlah pendapatan dan laba bersih dari Rumah Makan dan Kopi Camar Kawangkoan Sulawesi Utara. Pada tahun 2019 pendapatan per bulan Rumah Makan dan Kopi Camar Kawangkoan Sulawesi Utara berjumlah Rp.40.000.000 dan laba bersih berjumlah Rp. 20.000.000, pada tahun 2020 pendapatan per bulan Rumah Makan dan Kopi Camar Kawangkoan Sulawesi Utara turun menjadi Rp. 6.000.000 dan laba bersih juga turun menjadi Rp. 3.000.000, sedangkan pada tahun 2021 pendapatan per bulan Rumah Makan dan Kopi Camar Kawangkoan Sulawesi Utara naik menjadi Rp. 12.000.000 dan laba bersih juga naik menjadi Rp. 6.000.000. pendapatan Rumah Makan dan Kopi Camar Kawangkoan Sulawesi Utara tahun 2020 mengalami penurunan dikarenakan pada tahun 2020 terjadi pandemic Covid19 sehingga berdampak berat bagi Rumah Makan dan Kopi Camar Kawangkoan dan pada tahun 2021 mulai mengalami kenaikan penjualan di rumah makan ini karena covid sudah mulai meredah dan perekonomian sudah mulai membaik.

Keputusan dalam membeli makanan/minuman di rumah makan dan café dipengaruhi oleh beberapa factor. Berdasarkan penelitian terdahulu seperti penelitian yang di lakukan oleh Sheila Azizah, Adhi Prasetyo (2019) Lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, namun Hidayat (2020) mendapatkan hasil lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Maulidina, Karina Aura (2019) menemukan hasil penelitiannya bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan Nasution (2019) menemukan promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Grandhis (2018) menemukan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan Polla, Manake, Taroreh (2018) Kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan dan Kopi Camar Kawangkoan Sulawesi Utara”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sebelumnya, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan dan Kopi Camar Kawangkoan Sulawesi Utara?
2. Apakah promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan dan Kopi Camar Kawangkoan Sulawesi Utara?

3. Apakah kualitas pelayanan berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan dan Kopi Camar Kawangkoan Sulawesi Utara?

C. Batasan Masalah

1. Dalam penelitian ini ada 3 variabel independen yaitu variable lokasi, promosi dan citra kualitas pelayanan. Variabel dependen adalah keputusan pembelian.
2. Subyek penelitian adalah masyarakat yang pernah mengunjungi Rumah Makan dan Kopi Camar Kawangkoan Sulawesi Utara.

D. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh lokasi pada keputusan pembelian di Rumah Makan dan Kopi Camar Kawangkoan Sulawesi Utara.
2. Menganalisis pengaruh promosi pada keputusan pembelian di Rumah Makan dan Kopi Camar Kawangkoan Sulawesi Utara.
3. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan pada keputusan pembelian di Rumah Makan dan Kopi Camar Kawangkoan Sulawesi Utara.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk melatih diri, menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman serta wawasan melalui perbandingan antara teori yang telah di dapatkan selama proses perkuliahan dengan dengan pengaplikasian di lapangan melalui penelitian yang akan di lakukan.

2. Bagi STIM YKPN

Dapat menambah referensi skripsi di perpustakaan STIM YKPN tentang lokasi, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian yang bermanfaat bagi mahasiswa STIM YKPN jenjang strata 1 khususnya dalam bidang pemasaran.

3. Bagi Rumah Makan dan Kopi Camar Kawangkoan Sulawesi Utara

a. Hasil penelitian ini di harapkan bermanfaat bagi Rumah Makan dan Kopi Camar Kawangkoan Sulawesi Utara sebagai bahan masukan yang nantinya dapat dignakan sebagai bahan pertimbangan perusahaan untuk memahami factor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

b. Hasil penelitian ini juga semoga menjadi bahan masukan dalam mengatur strategi pemasaran yang lebih baik guna untuk menaikkan omset penjualan

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Semoga hasil penelitian in juga sebagai bahan pertimbangan untuk topik penelitian yang sama.