

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di dunia bisnis saat ini mengalami perkembangan yang sangat maju . Mulai dari sektor pertanian, sektor infrastruktur hingga pada sektor makanan dan minuman, di Indonesia juga mengalami perkembangan bisnis hal ini cukup menarik untuk di amati, di era perkembangan bisnis ini banyak para produsen mulai berlomba-lomba menciptakan produk-produk yang menarik agar para konsumen berminat, produsen juga harus mengerti kebutuhan dan keinginan para konsumen sehingga dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen hal ini dapat menyebabkan para produsen merancang strategi pemasaran untuk menciptakan kepuasan konsumen. Strategi pemasaran baru dan menciptakan hubungan baik adalah salah satu cara yang perlu dilakukan oleh produsen agar menarik konsumen baru serta mempertahankan konsumen lama.

Seiring perkembangan zaman strategi pemasaran selalu berubah dari pemasaran lewat mulut ke mulut hingga pemasaran menggunakan teknologi untuk memasarkan produknya. Dalam melihat produk konsumen tidak hanya menilai produk dan manfaatnya saja namun juga memberikan pengalaman saat membeli atau mengonsumsi produk tersebut.

Berkumpul atau nongkrong di café telah menjadi kebiasaan bagi masyarakat Indonesia. Kebiasaan tersebut lahir dari perubahan gaya hidup masyarakat yang menginginkan sesuatu yang praktis dalam pemenuhan kebutuhan akan makanan dan minuman. Dapat di lihat dari banyaknya café

yang berada di wilayah Mojokerto hal ini menimbulkan persaingan yang ketat antar pelaku usaha café dalam berlomba-lomba memperoleh kepercayaan dan kepuasan konsumen. Menurut (Kotler, 2016) dalam (Ilman Prasetyo, 2021) [1] *service quality* (kualitas pelayanan) adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. kualitas pelayanan menurut Zeithaml et al., dalam (Pratiwi et al, 2016) [2] merupakan evaluasi terpusat yang mencerminkan kesadaran pelanggan dengan konstruksi bentuk produk ataupun jasa yang meliputi lima aspek, yaitu bukti langsung, empati, daya tanggap, kehandalan, dan jaminan. Kepuasan pelanggan adalah respons dari pelanggan terhadap evaluasi antara harapan sebelum menerima pelayanan serta persepsi kinerja aktual yang dirasakan setelah menerima pelayanan dan hal ini akan menciptakan pengakuan terhadap kualitas layanan atau produk itu sendiri.

Di Kabupaten Mojokerto tepatnya di Kecamatan Gondang terdapat kedai yang bernama Retjeh Kopi. Berdasarkan rating di google kedai Retjeh Kopi mendapatkan bintang paling banyak diantara kedai kopi yang berada di daerah gondang ini di karenakan kedai Retjeh Kopi memiliki berbagai varian menu yang cukup beragam, interior bangunan cukup bagus dan lokasi yang strategis, serta *service quality* yang di terapkan oleh Retjeh Kopi yang memiliki pegawai yang ahli karena tidak sembarang orang dapat mengoperasikan mesin kopi. Hal ini menjadikan kedai Retjeh Kopi memberikan pengalaman baru bagi pelanggannya. Ketika pelanggan

merasakan kepuasan dalam *service quality* maka besar kemungkinan keputusan konsumen membeli produk akan semakin banyak.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Service Quality terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Retjeh Kopi”** Sehingga penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak lain yang membutuhkan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1. Apakah Keandalan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada kedai Retjeh Kopi ?
2. Apakah Daya Tangkap berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada kedai Retjeh Kopi ?
3. Apakah Jaminan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada kedai Retjeh Kopi ?
4. Apakah Empati berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada kedai Retjeh Kopi ?
5. Apakah Bukti Langsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada kedai Retjeh Kopi ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin di capai adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis Keandalan terhadap keputusan pembelian konsumen pada kedai Retjeh Kopi.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis Daya Tangkap terhadap keputusan pembelian konsumen pada kedai Retjeh Kopi.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis Jaminan terhadap keputusan pembelian konsumen pada kedai Retjeh Kopi.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis Empati terhadap keputusan pembelian konsumen pada kedai Retjeh Kopi.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis Bukti langsung terhadap keputusan pembelian konsumen pada kedai Retjeh Kopi.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi beberapa pihak antara lain :

1. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti

Penelitian ini menjadi media bagi peneliti untuk menambah pengalaman dan wawasan di bidang penelitian. Selain itu penelitian ini dapat digunakan peneliti untuk memperdalam pengalaman di bidang pemasaran serta implementasi atas teori yang di dapat selama perkuliahan.

- b. Bagi pelaku usaha

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan dan dasar yang objektif untuk mengambil keputusan dalam mengembangkan strategi keputusan pembelian konsumen.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan mengenai variable yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada kedai Retjeh Kopi.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini di berikan batasan masalah supaya pembahasan dalam penelitian ini tidak terlalu luas dan keluar dari pokok pembahasan. Batasan masalah yang di teliti dari penelitian ini adalah antara lain :

1. Masalah yang di teliti dalam penelitian ini adalah tentang Service Quality yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
2. Objek dari penelitian ini adalah pelanggan kedai Retjeh Kopi Gondang.