

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Sebuah kegiatan usaha pada dasarnya selain bertujuan untuk mendapatkan keuntungan maksimal, perusahaan juga harus menciptakan rasa puas terhadap para pelanggannya guna mempertahankan eksistensi dari perusahaan di tengah persaingan yang ketat. Dalam menghadapi ketatnya persaingan usaha diperlukan kejelian dan kepekaan dalam melihat peluang. Konsep yang paling mendasar dalam manajemen pemasaran adalah tentang kebutuhan manusia.

Usaha perdagangan di Kabupaten Jombang berkembang dengan baik. Berdasarkan perhitungan PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) Kabupaten Jombang tahun 2015, terlihat bahwa kontribusi sektor tertinggi PDRB Kabupaten Jombang pada tahun 2015 adalah dari sektor perdagangan, hotel, dan restoran sebesar 37,88%, kemudian disusul sektor pertanian sebesar 26,17%, sektor industri pengolahan sebesar 10,78%, sektor jasa sebesar 11,43%, sektor keuangan, persewaan, dan jasa perusahaan sebesar 4,55%, sektor angkutan dan komunikasi sebesar 4,855%, sektor bangunan sebesar 2,47%, sektor pertambangan dan penggalian sebesar 1,23%, sektor listrik, gas, dan air bersih sebesar 1,01%.

Banyaknya pecinta kuliner mie pedas membuat usaha kuliner mie pedas di Jombang berkembang dengan pesat, hal ini membuat banyak sekali usaha-usaha kuliner mie pedas bermunculan. Mie Endes merupakan salah satu usaha kuliner pedas yang bergerak dibidang makanan dengan produknya

berupa mie. Mie Endes berlokasi di Jalan Gubernur Suryo no.11A RT.03/04, Kauman Jombang, usaha ini berdiri pada 27 November 2016. Mie Endes buka setiap hari mulai jam 10 pagi sampai jam 9 malam.

Meningkatnya persaingan usaha kuliner mie pedas membuat tiap-tiap pelaku usaha dituntut peka untuk setiap perubahan yang terjadi. Menurut (Kotler, 2005) Setiap pelaku usaha di tiap-tiap kategori usaha dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi terhadap kepuasan pelanggan sebagai tujuan yang utama. Berikut adalah daftar usaha kuliner mie pedas di Kota Jombang.

**Tabel 1.1**  
**Daftar Usaha Kuliner Mie Pedas di Jombang**

No	Usaha Kuliner Mie Pedas
1.	Mie Jupe
2.	Mie Djudes
3.	Mie Nyonyor
4.	Mie Pecun
5.	Mie Raja Petir
6.	Mie Setan

Sumber : Kulinerpedasjombang.com

Suatu usaha harus mempunyai strategi untuk tetap bisa bersaing, diantaranya menciptakan keunikan produk serta berinovasi agar produk mereka memiliki daya tarik yang tidak dimiliki pesaing. Keunikan produk merupakan nilai tambah yang membuat produk tampil beda dibandingkan dengan pesaing lain. Menurut Cooper (2000), keunikan produk pada dasarnya berasal dari riset untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang melibatkan inovasi serta teknologi yang tinggi. Pada dasarnya, segala sesuatu yang unik dan tidak dimiliki oleh produk maupun jasa lain akan merupakan suatu hal

yang selalu memancing rasa ingin tahu konsumen. Berbekal rasa ingin tahu tersebut, konsumen akan tertarik untuk mengetahui produk atau jasa tersebut dengan lebih dalam sehingga akan melakukan keputusan pembelian.

Mie Endes mempunyai keunikan tersendiri dalam produknya, yaitu mempunyai variasi menu makanan yang khas dengan kepedasannya. Banyaknya variasi menu makanan yang ditawarkan seperti Endes original, Endes curry, Endes kuah seafood, Endes cornet dengan berbagai level kepedasan yang berbeda mulai dari level original, oye (cabe 5), oke (cabe 10) oh yes (cabe 15), manteb pedes (cabe 20). Sehingga konsumen pecinta kuliner pedas akan tertarik dan mencoba keunikan produk yang dimiliki Mie Endes.

Kualitas pelayanan juga berperan penting dalam menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Dengan kualitas pelayanan yang memuaskan, akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian produk yang bersangkutan ataupun untuk melakukan pembelian ulang. Definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen dapat ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2006).

Selain keunikan produk yang ditawarkan Mie Endes, keunggulan lain yang dimiliki oleh Mie Endes adalah dari segi pelayanannya. Keunggulan pelayanan yang ditonjolkan oleh Mie Endes ini membuat para pengunjung memutuskan untuk datang dan membeli makanan ataupun minuman yang ditawarkan. Beberapa pelayanan yang ditawarkan oleh rumah makan ini

adalah kenyamanan yang diberikan kepada konsumen berupa ruangan yang didesain sangat indah beserta fasilitasnya, dan para pegawai yang bertugas melayani kepada para pelanggan memiliki sikap yang ramah dan penampilan yang bagus serta menarik dimata para konsumen. Pegawai pria yang memiliki wajah yang ganteng serta pegawai wanita yang memiliki paras yang cantik ternyata mampu membuat para pengunjung untuk berkunjung kembali ke rumah makan tersebut. Hal lain yang menjadi faktor keputusan membeli konsumen adalah servis yang diberikan pihak restoran kepada para konsumen. Dengan memberikan pelayanan *delivery order* memberikan kemudahan pemesanan bagi konsumen sehingga konsumen akan melakukan pembelian.

Memasarkan produk dengan cara *word of mouth*, memiliki kelebihan antara lain tanpa biaya, dapat dilakukan kapan saja, calon konsumen dapat bertemu langsung sehingga mendapat informasi yang jelas. Menurut Ristiyanti (2005) *word of mouth* adalah proses dimana informasi yang didapatkan oleh seseorang tentang suatu produk baik dari interaksi sosial maupun dari pengalaman konsumsi yang diteruskan kepada orang lain.

Berdasarkan hasil riset, 89% konsumen indonesia cenderung mempercayai rekomendasi dari mulut ke mulut. Hal itu menandakan bahwa WOM merupakan alat atau media promosi yang paling dipercaya oleh konsumen Indonesia. Menurut Caston (Dkumala,2012) menyatakan konsumen Indonesia cenderung berciri sosial, senang berkumpul, dan

membuat kelompok. Seperti kebiasaan arisan dan ngrumpi. Sebuah isu atau gosip cepat tersebar dengan kebiasaan ini.

Perkembangan usaha Mie Endes mengalami peningkatan hal ini dilihat dari konsumen yang terus berdatangan serta melakukan pembelian dan adanya rekomendasi dari seseorang yang menceritakan informasi mengenai produk Mie Endes kepada orang lain, sehingga menimbulkan minat beli pada konsumen setelah mendapatkan informasi mengenai produk Mie Endes di Kota Jombang. Berikut ini merupakan data jumlah pengunjung dan pendapatan Mie Endes dari bulan Desember 2016 hingga Mei 2017 :

**Tabel 1.2**  
**Data Jumlah Pengunjung dan Pendapatan Mie Endes Jombang Periode**  
**Desember 2016-Mei 2017**

No	Bulan/Tahun	Rata-rata Jumlah Pengunjung	Omset Penjualan (Rp)
1.	Desember 2016	1.085	16.275.000
2.	Januari 2017	1.620	24.300.000
3.	Februari 2017	1.820	29.120.000
4.	Maret 2017	2.040	34.680.000
5.	April 2017	2.340	42.120.000
6.	Mei 2017	3.150	53.550.000

Sumber : Mie Endes,2017

Dari tabel diatas dapat dilihat Mie Endes mengalami peningkatan hal ini dilihat dari konsumen yang terus berdatangan serta melakukan pembelian berulang dan adanya rekomendasi dari seseorang yang menceritakan informasi mengenai produk Mie Endes kepada orang lain, sehingga timbulnya minat beli pada konsumen setelah mendapatkan informasi mengenai produk Mie Endes di Kota Jombang. Mie Endes mendapatkan respon sangat positif dari konsumen sehingga konsumen tidak meragukan

mengenai produk Mie Endes, selain itu konsumen merasa puas setelah melakukan keputusan pembelian pada Mie Endes, hal ini di karenakan informasi yang di terima konsumen dari orang lain bersifat positif dan sesuai dengan informasi yang diterima.

Fenomena tersebut terjadi karena adanya penyampaian pesan yang positif mengenai produk Mie Endes tersebut, selain melihat hal-hal mengenai komunikasi *word of mouth*, suatu usaha harus memperhatikan pengaruh-pengaruh apa saja yang menimbulkan seseorang untuk melakukan minat pembelian pada Mie Endes tersebut.

Perbincangan, Persepsi mengenai produk dan promosi melalui *Word of Mouth Communication* merupakan faktor yang dapat menstimuli keputusan pembelian dengan cara meningkatkan atau menawarkan produk sesuai apa yang diharapkan konsumen. Pengertian keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli (Kotler, 2001). Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Keunikan Produk, Kualitas Layanan, dan *Word Of Mouth* (WOM) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Rumah Makan Mie Endes Jombang“**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka untuk menjawab masalah penelitian tersebut akan digunakan pertanyaan-pertanyaan berikut :

1. Apakah Keunikan Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Mie Endes Jombang ?
2. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelin Konsumen pada Mie Endes Jombang ?
3. Apakah *Word Of Mouth* berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelin Konsumen pada Mie Endes Jombang ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Keunikan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Mie Endes Jombang.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Mie Endes Jombnag.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Mie Endes Jombnag.

#### **1.4 Batasan Penelitian**

Batasan untuk penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian di Mie Ende.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti :

- a) Menambah wawasan dan pengetahuan peneliti untuk berfikir secara kritis dan sistematis dalam menghadapi permasalahan yang terjadi.
- b) Sebagai sarana penerapan ilmu yang diperoleh selama kuliah.

2. Bagi Perusahaan :

Dapat memberikan informasi kepada perusahaan yang selanjutnya dapat digunakan untuk menyusun kebijakan dan pengambilan keputusan pemasaran yang berkaitan dengan keunikan produk, kualitas layanan, *word of mouth* (WOM), dan keputusan pembelian.