

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini persaingan perusahaan sejenis sampai pada tahap yang sangat kompetitif. banyaknya perusahaan yang menciptakan, menawarkan dan menjual produk sejenis menjadi sebab terjadinya persaingan yang semakin kompetitif. Ketatnya persaingan dalam bisnis menuntut perusahaan untuk terus bersaing menentukan strategi agar penjualan perusahaan semakin meningkat.

Salah satu bisnis yang sampai sekarang dapat dilihat perkembangannya adalah bisnis cafe. Bisnis Cafe merupakan trend bisnis yang semakin tumbuh pesat. Pada mulanya cafe hanya merupakan bisnis yang menawarkan makanan dan minuman. Tapi untuk saat ini cafe merupakan kategori bisnis yang menyediakan pelayanan, karena saat ini yang dijual tidak hanya makanan dan minuman, tapi lebih ke pelayanan kepada konsumen.

Cafe merupakan salah satu model usaha yang memiliki peluang ekonomi yang bagus. Beberapa pihak yang berpengalaman menyatakan bahwa, sukses usaha dibidang kuliner ini selalu menunjukkan kondisi yang baik seiring dengan semakin meningkatkan jumlah masyarakat. Bisnis cafe, meskipun memiliki peluang yang cukup bagus, tetapi juga sangat sulit berkembang apabila produk makanan dan minuman yang ditawarkan tidak mampu memenuhi keinginan atau harapan konsumen. Khususnya pada kestabilan rasa, kebersihan, harga dan kualitas layanan. Sebab, pemilik usaha dibidang tersebut

butuh pemahaman kuat tentang bisnis kuliner. Terutama yang berkaitan dengan produk, kualitas layanan yang disampaikan oleh pengelola cafe.

Di Jombang sendiri banyak berdiri cafe-cafe yang berlomba menawarkan keunggulan masing-masing. Adapun beberapa cafe di Jombang kota akan disajikan pada tabel 1.1.

Tabel 1.1 Cafe di Jombang Kota

| No | Nama Cafe |
|----|----------------|
| 1 | Magnolia Cafe |
| 2 | Spotbox Cafe |
| 3 | Friend Cafe |
| 4 | Thalia Cafe |
| 5 | The Bites Cafe |
| 6 | Jos Cafe |
| 7 | Emery Cafe |
| 8 | CS Cafe |
| 9 | Swiss Cafe |
| 10 | Exsotic Cafe |
| 11 | Louwee Cafe |
| 12 | Fruits Cafe |

Sumber: pengamatan langsung peneliti

Dari tabel 1.1 terlihat bahwa ketatnya persaingan bisnis cafe yang ada di Jombang Kota menuntut pemilik usaha cafe untuk terus bersaing menentukan strategi agar penjualan perusahaan semakin meningkat

Setiap perusahaan pada dasarnya memiliki tujuan agar lebih unggul dari pesaingnya. Untuk mencapai keunggulan tersebut, umumnya perusahaan menerapkan strategi-strategi mengenai kebijakan apa saja yang digunakan dan menawarkan nilai lebih dari pesaingnya untuk mencapai tujuan tersebut. Untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan harus mampu memiliki keunggulan melebihi pesaing yang di peroleh dengan menawarkan nilai yang lebih besar

kepada konsumen daripada pesaing. (Kotler, 2010). Jadi, perusahaan harus memanfaatkan sumberdaya yang dimiliki untuk memenuhi keinginan konsumen.

Harga dan kualitas layanan dapat secara langsung mempengaruhi seseorang dalam melakukan keputusan pembelian. apabila harga diikuti oleh keunggulan bersaing maka akan lebih besar pengaruhnya terhadap seseorang dalam melakukan keputusan pembelian. Begitu juga kualitas layanan, semakin baik kualitas layanan dan diikuti keunggulan bersaing maka akan lebih besar berpengaruh pada seseorang dalam melakukan keputusan pembelian.

Setiap perusahaan atau suatu bentuk bisnis berlomba dalam menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Secara luas keputusan pembelian ialah seleksi dari beberapa pilihan alternatif. Pengambilan keputusan merupakan metode dari tahapan input, proses dan output. (Schiffman dan Kanuk, 2007).

Dengan demikian pada proses pengambilan keputusan terdapat tiga langkah proses yang dilakukan yakni *input*, tahapan ini konsumen mengaku merasa adanya kebutuhan. *Process*, tahap ini konsumen berusaha melakukan pencarian informasi sebelum membeli. dan *output*, konsumen melakukan penilaian terhadap alternatif. Proses ini dipengaruhi oleh usaha dari perusahaan memasarkan produk atau jasa dan budaya di lingkungan masyarakat serta kondisi psikis konsumen.

Harga menjadi suatu bentuk strategi pemasaran yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen bahkan sebagian menjadi patokan utama dalam pertimbangan pembelian.

Harga bisa secara sempit didefinisikan sejumlah nilai uang yang ditukarkan dengan suatu jasa atau produk. (Kotler dan Armstrong, 2012). Atau secara umum bisa diartikan sejumlah nilai uang yang ditukarkan atau dikeluarkan pembeli untuk keuntungan mendapatkan dan menggunakan jasa atau produk dan memungkinkan dapat memberikan perusahaan mendapatkan laba dengan membayar untuk manfaat yang diciptakan perusahaan.

Bentuk bisnis, khususnya bidang kuliner merupakan bisnis yang dapat menyajikan dua aspek utama, yaitu aspek produk dan layanan. Memasarkan sebuah produk yang dimiliki harus didasarkan pada kualitas pelayanan yang bagus guna menarik konsumen. (Kotler dan Keller, 2007). Perusahaan juga tidak hanya menawarkan layanan semata akan tetapi perusahaan harus menetapkan strategi yang berlandaskan pada tujuan untuk konsumen pada akhirnya konsumen terpengaruh untuk melakukan keputusan pembelian dan dapat mendukung agar tetap bertahan dari persaingan usaha yang semakin ketat.

Penelitian ini dilakukan pada Cafe Magnolia yang berlokasi di Ruko Cempaka Mas Kepuhkembang kabupaten Jombang. Pemilihan tempat penelitian ini dengan pertimbangan cafe ini mudah dijangkau dan sudah dikenal banyak orang. Cafe Magnolia menawarkan tempat makan yang nyaman, kualitas layanan yang bagus, selain itu Cafe Magnolia menyediakan

konsep kuliner beraneka jenis dari *Indonesian Food*, *Chinese Food* hingga *Western Food* yang tentu memiliki citarasa yang berkualitas. Cafe Magnolia juga memiliki harga yang dapat bersaing dari pesaing sejenis. Adapun harga masing-masing dari pesaing sejenis dapat disajikan pada tabel 1.2.

Tabel 1.2 Harga Masing-masing Pesaing Sejenis Cafe Magnolia Jombang

| Nama Cafe | Harga |
|------------------|-------------------------|
| Magnolia Cafe | Rp. 15.000 – Rp. 28.000 |
| Spotbox Cafe | Rp. 25.000 – Rp. 50.000 |
| Friend Cafe | Rp. 15.000 – Rp. 55.000 |
| Thalia Cafe | Rp. 17.000 – Rp. 35.000 |
| The Bites Cafe | Rp. 15.000 – Rp. 40.000 |
| Jos Cafe | Rp. 15.000 – Rp. 40.000 |
| Emery Cafe | Rp. 20.000 – Rp. 70.000 |
| CS Cafe | Rp. 15.000 – Rp. 30.000 |
| Swiss Cafe | Rp. 15.000 – Rp. 30.000 |
| Exsotic Cafe | Rp. 15.000 – Rp. 35.000 |
| Louwee Cafe | Rp. 25.000 – Rp. 30.000 |
| Fruits Cafe | Rp. 15.000 – Rp. 30.000 |

Sumber: diolah peneliti

Tabel 1.2 menunjukkan dari segi harga Cafe Magnolia unggul karena harganya lebih terjangkau dari pesaing sejenis. Namun banyaknya keunggulan yang ditawarkan Cafe Magnolia tak lantas usaha tersebut dapat berjalan baik. Pada beberapa bulan terakhir Cafe Magnolia mengalami penurunan jumlah pembeli yakni selama bulan januari sampai april tahun 2018 yang disajikan pada tabel 1.3

Tabel 1.3 Jumlah Konsumen di Cafe Magnolia Jombang Periode Januari - April Tahun 2018

| Bulan | Jumlah Konsumen |
|--------------|------------------------|
| Januari | 108 |
| Februari | 94 |
| Maret | 82 |
| April | 77 |

Sumber: Cafe Magnolia Jombang

Berdasarkan tabel 1.3 terlihat bahwa pada bulan januari hingga april tahun 2018 Cafe Magnolia mengalami penurunan jumlah Konsumen. Penurunan keputusan pembelian di Cafe Magnolia juga ditunjukkan dari penurunan pendapatan selama bulan januari sampai april tahun 2018 yang disajikan pada tabel 1.4.

Tabel 1.4 Jumlah Pendapatan di Cafe Magnolia Jombang Bulan Januari - April Tahun 2018

| Bulan | Pendapatan |
|--------------|-------------------|
| Januari | Rp. 9.172.000 |
| Februari | Rp. 6.562.000 |
| Maret | Rp. 5.863.000 |
| April | Rp. 5.329.000 |

Sumber: Cafe Magnolia Jombang

Berdasarkan tabel 1.3 dan 1.4 maka dapat diketahui bahwa adanya kecenderungan penurunan jumlah pembeli, ini mengindikasikan belum terpenuhinya harapan yang diinginkan konsumen.

Berdasarkan kondisi yang telah diuraikan diatas, pihak cafe magnolia harus mampu meyakinkan para konsumen dan mendapatkan kembali tingkat kepercayaan konsumen sehingga mendukung keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI KEUNGGULAN BERSAING (Studi pada Konsumen Cafe Magnolia Jombang).**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya, walaupun banyak bermuculan pesaing bisnis sejenis. Dengan meninjau bagaimana pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap keputusan konsumen dalam menjaga keunggulan bersaing ditengah desakan menjamurnya bisnis cafe yang kian marak berdiri. Maka permasalahan yang didapat dari uraian diatas adalah:

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Cafe Magnolia Jombang?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing di Cafe Magnolia Jombang?
3. Apakah keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Cafe Magnolia Jombang?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing di Cafe Magnolia Jombang?
5. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Cafe Magnolia Jombang?
6. Apakah keunggulan bersaing memediasi hubungan harga dengan keputusan pembelian di Cafe Magnolia Jombang?
7. Apakah keunggulan bersaing memediasi hubungan kualitas layanan dengan keputusan pembelian di Cafe Magnolia Jombang?

1.3 Batasan Masalah

Untuk menghindari luasnya pembahasan, penulis membatasi permasalahan ini:

1. Permasalahan yang dibahas hanya mengenai faktor-faktor keputusan pembelian, terdiri dari harga dan kualitas layanan yang dimediasi oleh keunggulan bersaing.
2. Responden pada penelitian ini ialah konsumen yang sedang melakukan pembelian di Cafe Magnolia.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Cafe Magnolia Jombang.
2. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh terhadap keunggulan bersaing di Cafe Magnolia Jombang.
3. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh keunggulan bersaing terhadap keputusan pembelian di Cafe Magnolia Jombang.
4. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas layanan terhadap keunggulan bersaing di Cafe Magnolia Jombang.
5. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian di Cafe Magnolia Jombang.

6. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh harga terhadap keputusan pembelian dengan dimediasi keunggulan bersaing di Cafe Magnolia Jombang
7. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian dengan dimediasi keunggulan bersaing di Cafe Magnolia Jombang

1.5 Manfaat Penelitian

1. Praktis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat sebagai bahan evaluasi terhadap efektifitas dan efisiensi dalam menerapkan strategi pemasaran yang efektif.

2. Teoritis

- a. Sebagai bahan referensi bagi yang berminat untuk memperdalam masalah keputusan pembelian.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan terutama dibidang pemasaran tentang harga, kualitas layanan, keunggulan bersaing dan keputusan pembelian.