

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sumatera Barat memang sangat dikenal dengan wisata alam, wisata budaya, dan wisata kulinernya. Wisata kuliner merupakan salah satu jenis wisata yang memiliki dampak yang sangat besar bagi perkembangan suatu daerah dan juga sebagai daya tarik wisatawan dari domestic dan manca negara. Sumatera Barat memang sangat terkenal dengan wisata kulinernya dikarenakan banyak sekali ragam macam kuliner tradisional yang dimiliki sehingga wisata kuliner sangat banyak dan akan mudah kita temui di setiap pusat dan sudut kota khususnya di kota Padang.

Pertumbuhan bisnis makanan dan minuman cepat saji masih tercatat sebagai pertumbuhan yang tinggi diberbagai belahan dunia. Secara umum tujuan suatu usaha atau perusahaan adalah mencapai dan meningkatkan keuntungan melalui volume penjualan yang menguntungkan, artinya laba itu dapat diperoleh melalui pemuasan konsumen. Berbagai tempat usaha makanan atau minuman menawarkan produknya dalam berbagai banyak bentuk yang bermunculan.

Suatu usaha harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya usaha seseorang yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya, iklan, maupun public relations release.

Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing.

Banyak cara yang bisa dicapai oleh suatu usaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, misalnya dengan memperhatikan faktor kepuasan pelanggan yaitu mutu produk atau jasa, mutu pelayanan, harga, waktu pelayanan, dan keamanan. Karena berdasarkan pola pikir dan sikap konsumen yang ada di Sumatera Barat khususnya di kota Padang ini mereka lebih cenderung menginginkan produk yang dibelinya relatif murah tetapi memiliki rasa yang enak.

Dengan begitu persaingan di dunia bisnis kuliner saat ini sangatlah ketat, membuat perusahaan harus saling bersaing untuk menarik pelanggan dan menuntut perusahaan harus mampu bertindak cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan di lingkungan bisnis yang bergerak secara dinamis dan penuh dengan ketidakpastian.

Oleh karena itu, setiap perusahaan dituntut bersaing secara kompetitif dalam hal strategi bisnis untuk mencapai tujuan perusahaan serta memahami apa yang terjadi di pasar dan apa yang menjadi keinginan pelanggannya.

Dalam menjalankan usahanya, pemilik usaha harus dapat menentukan strategi promosi apa yang harus dipakai agar dapat menciptakan keputusan pembelian pelanggan. Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh Perusahaan dalam memasarkan produk.

Gitosudarmo (2018:55) menyatakan Promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Saat ini konsumen memiliki kekuatan yang besar dalam menentukan produk makanan atau minuman apa yang mereka inginkan dan juga bagaimana penilaian mereka terhadap makanan atau minuman yang dikonsumsi.

Selain itu dengan cara memunculkan keragaman dan keunikan produk yang dimiliki perusahaan. Perusahaan dapat menarik pelanggan untuk melakukan pembelian.

Kotler dan Keller (2018:15) menyatakan keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli.

Dari definisi diatas dapat penulis simpulkan bahwa keragaman produk adalah macam-macam produk dalam artian kelengkapan produk mulai dari merek, ukuran, dan kualitas serta ketersediaan jenis produk yang ditawarkan penjual kepada pembeli. Semakin beragam jenis produk, maka konsumen akan semakin merasa puas karena diberikan banyak pilihan dan membuka peluang pelanggan akan datang kembali.

Pengaruh strategi promosi dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian pelanggan, suatu perusahaan tidak lengkap bila tidak memfokuskan pada kualitas pelayanan.

Tjiptono dan Chandra (2017:45) menyatakan Kualitas pelayanan adalah fungsi harapan pelanggan pada pra pembelian, pada proses penyediaan kualitas yang diterima dan pada kualitas output yang diterima. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen . Berdasarkan pendapat diatas, dapat penulis simpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah persepsi pelanggan atas pelayanan yang mereka terima, dan pelayanan sesungguhnya yang mereka harapkan.

Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah-tamaan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik tentunya juga akan mempengaruhi rasa kepercayaan konsumen terhadap produk yang diberikan, dan juga akan meningkatkan keputusan pembelian pelanggan tersebut. Apabila kualitas pelayanan yang diterima pelanggan lebih baik atau sama dengan yang diharapkan, maka pelanggan akan puas dan cenderung akan mencobanya kembali, begitu pula sebaliknya.

Keputusan pembelian merupakan suatu bagian pokok dalam perilaku konsumen yang mengarah kepada pembelian produk dan jasa.

Ma'ruf (2017:14) menyatakan Keputusan pembeli tidak hanya berakhir dengan pembelian, namun berlanjut hingga pembelian tersebut menjadi pengalaman bagi konsumen dalam menggunakan produk yang dibeli tersebut.

Usaha Rubels Shake adalah jenis usaha berupa minuman dan makanan yang dikenal dengan istilah Milkshake yang berdiri sejak Oktober 2013 hingga sekarang, dan lokasinya berada di Jl. HOS Cokroaminoto No. 95, Kampung Pondok kota Padang. Rubels Shake ini dibuka dari jam 10.00-22.00. Nama pemilik dari Rubels Shake ini adalah Daniel.

Usaha ini menyediakan berbagai menu dan varian rasa yang disediakan dan bisa dipilih oleh pelanggan. Banyak cara yang bisa dicapai oleh suatu usaha untuk meningkatkan keputusan pembelian pelanggan, misalnya dengan memperhatikan faktor-faktor keputusan pembelian pelanggan.

Dari hasil wawancara yang saya lakukan kepada pemilik rubels shake bahwa dari pertama kali buka usaha tahun 2013 sampai sekarang 2019 mereka tidak pernah mendata. Namun jika dilihat tingkat tingginya pengunjung, pemilik mengatakan bahwa cafe yang di buka menjadi lebih besar dan jika di tinjau dari jumlah pengunjung semakin meningkat setiap tahunnya.

Dari penjelasan tersebut, penulis mengambil variabel diatas karena ingin meneliti dan mengkaji dari teori yang ada, yaitu bagaimana Pengaruh Strategi Promosi, Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan pada Rubels Shake ini, Apakah karena Strategi Promosi, Keragaman Produk yang tidak bagus akan menciptakan kualitas pelayanan yang tidak bagus juga dan mengakibatkan kurangnya keputusan pembelian yang dirasakan oleh pelanggan di Rubels Shake.

Tabel 1.1
Data Penjualan pada Rubels Shake
(2017-2019)

No	Tahun	Penjualan	Persentase
1	2017	Rp. 180.000.000	23,80%
2	2018	Rp. 216.000.000	28,57%
3	2019	Rp. 360.000.000	47,62%
	Jumlah	Rp. 756.000.000	

Sumber: Rubels Shake Kota Padang

Menurut tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa terjadi kestabilan dalam jumlah penjualan pada Rubels Shake yang mana cenderung meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2017 jumlah penjualan sebanyak Rp.180.000.000. dengan persentase sebanyak 23,80% Kemudian, pada tahun 2018 jumlah penjualan meningkat menjadi Rp. 216.000.000 dengan persentase 28,57%. Dan pada tahun berikutnya yaitu tahun 2019 jumlah penjualan terus meningkat sebanyak Rp. 360.000.000. dengan persentase 47,62%.

Dari hasil observasi yang dilakukan terhadap beberapa pelanggan mengenai kualitas pelayanan di Rubels shake, dapat ditarik kesimpulan bahwa dirubels shake ini kurang memberikan pelayanan yang maksimal kepada

pelanggan dimana sering kali tertukar dalam pemberian pesanan minuman kepada pelanggan, disebabkan karena antrian yang sangat ramai dan tidak teratur. Terkadang pelanggan merasa diabaikan karena banyaknya pengunjung yang datang ke rubels shake. Meskipun demikian, Rubels Shake ini masih tetap ramai dikunjungi oleh pelanggan disebabkan karena faktor keragaman produk yang memadai.

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mount) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Dari penjelasan diatas dapat penulis simpulkan bahwa keputusan pembelian pelanggan merupakan hasil yang diperoleh oleh pelanggan itu sendiri terhadap suatu produk atau layanan yang diberikan oleh suatu usaha terkait puas atau tidaknya pelanggan tersebut, jika pelanggan tersebut puas maka akan terjadi pembelian ulang serta bisa sebagai sarana promosi bagi suatu usaha jika kualitas pelayanan yang diberikan baik.

Penelitian yang dilakukan oleh **Sri Hartini Sihaloho (2016)** menyatakan bahwa periklanan promosi penjualan, dan penjualan tatap muka berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Namun penelitian yang dilakukan oleh **Reza Dani (2017)** mengenai Pengaruh kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian

pada *Leopard Café Way Jepara Lampung Timur*. Dimana hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Mempunyai pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian pada *Leopard Café Way Jepara Lampung Timur*.

Sedangkan, pada penelitian yang dilakukan oleh **Yulasm** (2015) mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian teh siap minum dalam kemasan, yang menyatakan bahwa Hasil uji simultan dan parsial menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian teh siap minum.

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini karena minuman sejenis milkshake di Rubels Shake ini merupakan jenis minuman yang banyak diminati oleh masyarakat mulai dari anak-anak, remaja sampai dengan dewasa, mereka sangat menyukai jenis minuman ini karena disebabkan oleh harga yang sangat terjangkau dan dari segi rasa pun juga sangat enak. Rendahnya harga yang ditetapkan oleh pemilik Rubels Shake ini dikhawatirkan akan berdampak terhadap kualitas pelayanan yang diberikan sehingga tidak tercapainya kepuasan yang diharapkan oleh pelanggan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, saya tertarik untuk memilih dengan judul **PENGARUH STRATEGI PROMOSI, KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN PADA RUBELS SHAKE .**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Strategi promosi yang dilakukan masih kurang menarik.
2. Keragaman produk masih kurang lengkap.
3. Kualitas pelayanan yang dilakukan masih tergolong rendah.
4. Kepuasan konsumen terhadap pembelian minuman dan makanan masih tergolong rendah dibandingkan tempat lain.
5. Harga yang ditawarkan relative mahal
6. Kemasan kurang menarik.
7. Kurangnya pemasaran dari Rubels Shake

1.3 Batasan Masalah

Dari faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan maka penulis membatasi permasalahan yang akan dibahas hanya pada pengaruh strategi promosi, keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pelanggan pada Rubels Shake di Padang.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh strategi promosi terhadap keputusan pembelian pelanggan pada Rubels Shake di Padang?

2. Bagaimana pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian pelanggan pada Rubels di Padang?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pelanggan pada Rubels Shake di Padang?
4. Bagaimana pengaruh strategi promosi, keragaman produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pelanggan pada Rubels Shake di Padang?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh strategi promosi terhadap keputusan pembelian pelanggan pada Rubels Shake di Padang
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian pelanggan pada Rubels Shake di Padang
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pelanggan pada Rubels Shake di Padang
4. Untuk mengetahui dan menganalisis secara simultan pengaruh strategi promosi, keragaman produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pelanggan pada Rubels di Padang

1.5.2 Manfaat Penelitian

Maka manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian adalah:

1. Bagi Penulis

Diharapkan dapat menambah atau memperkaya wawasan ilmu pengetahuan dalam penerapan ilmu manajemen pemasaran, dan untuk belajar mengenai cara-cara penerapan teori yang penulis peroleh selama mengikuti perkuliahan dan pertanyaan yang dihadapi di lapangan serta pengetahuan penulis mengenai strategi promosi, keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pelanggan pada Rubels Shake.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat lebih meningkatkan strategi promosi, keragaman produk dan kualitas pelayanan yang mereka miliki untuk dapat mempertahankan kepuasan pelanggan mereka dalam persaingan yang ada, dimana diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan untuk memecahkan masalah yaitu masalah yang ada hubungannya dengan penelitian yang akan digunakan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi bahan acuan dalam melakukan penelitian yang sama dan bidang yang sama.