

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dunia bisnis saat ini bergerak sangat cepat, dan evolusi dunia bisnis juga telah menyebabkan perubahan model dan cara pesaing untuk mempertahankan bisnisnya. Oleh karena itu para pelaku bisnis harus peka dengan adanya perubahan persaingan yang terjadi di lingkungannya serta fokus pada kemampuan usahanya untuk mengambil keputusan pembelian konsumen dan dapat menjalankan usahanya dengan sukses.<sup>1</sup>

Bisnis kuliner merupakan salah satu dari sekian banyak bisnis yang berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini karena membaiknya situasi perekonomian Indonesia yang mendorong para pelaku usaha untuk membuka bisnis, salah satunya adalah bisnis kuliner. Bisnis kuliner adalah bisnis yang cepat berkembang dengan pesat karena makanan atau pangan adalah kebutuhan pokok manusia dan menjadi kebutuhan prioritas manusia. Dengan berkembangnya industri bisnis kuliner, semakin banyak restoran yang bermunculan, menu dan fasilitas yang ditawarkan juga terus bertambah, mulai dari tempat yang hanya sekedar untuk menikmati makanan rumahan dengan menu sederhana hingga restoran mewah yang menyajikan berbagai macam menu unik dan mewah bertaraf internasional.<sup>2</sup>

Saat ini bisnis restoran atau kuliner masih terus berkembang dan jumlahnya semakin meningkat setiap tahunnya karena orang-orang suka berkumpul diluar rumah dan menikmati hidangan dengan suasana rumah makan tersebut. Gaya hidup ini membuat bisnis kuliner semakin berkembang.<sup>3</sup>

Pesatnya pertumbuhan bisnis kuliner mengharuskan perusahaan untuk memahami persaingan bisnis, hal ini dikarenakan supaya perusahaan dapat memahami perilaku-perilaku konsumen pada saat membeli produk atau jasa. Dalam menghadapi persaingan

---

<sup>1</sup> Rihasto Mega Saputro, Mustofa Kamal, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian", Jurnal Of Management, Vol. 4 No. 2 (2015) :1.

<sup>2</sup> Inka Janita Sembiring, Suharyono, Andrian Kusmawati, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membnetuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan McDonold's MT.Haryono Malang), Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol .15 No. 1, (2014) :1-2.

<sup>3</sup> Annisa Anugrah Ningtyas, Ratih Tresnati, Dedy Ansari Harahap, "Pengaruh Citra Merek dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Bakaso Iqbal Cimahi", Posding Manajemen,, Vol. 7, No. 1, (2021) :177.

bisnis yang semakin ketat, khususnya di bidang kuliner, untuk memenangkan persaingan dan mempertahankan perusahaan, perilaku konsumen dapat diukur dari sikapnya terhadap sesuatu. Respon dari konsumen apabila mendukung suatu produk maka sikapnya positif, dan apabila sikapnya negatif konsumen akan mengabaikan produk yang ditawarkan. Berdasarkan perilaku konsumen, perusahaan harus memahami kebutuhan konsumen, hal ini dapat dilakukan perusahaan dengan cara mengidentifikasi strategi yang efektif dan efisien untuk suatu produk atau jasa.<sup>4</sup>

Perilaku konsumen adalah perolehan, penggunaan, atau membuang produk bekas. Konsumen dapat bervariasi dalam usia, status sosial, jenis kelamin dan lain sebagainya, yang dapat mempengaruhi proses konsumen akan memilih untuk tidak memakai produk yang dikonsumsi. Dalam perilaku konsumen terdapat dua elemen penting yaitu elemen aktivitas fisik dan elemen keputusan pembelian, kedua elemen ini melibatkan individu untuk memperoleh, menggunakan, mengevaluasi barang atau jasa. Oleh karena itu, perilaku konsumen tidak hanya mempelajari apa yang konsumen konsumsi dan apa yang konsumen beli, tetapi juga konsumen akan membeli produk dan jasa dalam kondisi apa.<sup>5</sup>

Keputusan pembelian penting untuk mempertahankan para pelanggan. Keputusan pembelian adalah reaksi pelanggan terhadap perbedaan antara tingkat kepentingan sebelum dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah menggunakannya. Menurut Schnaars, tujuan dasar bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan kepada pelanggan. Pengambilan keputusan pembelian dapat membawa manfaat yaitu memberikan dasar yang baik untuk pelanggan supaya melakukan pembelian ulang, hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan pelanggannya. Upaya menarik dan mempertahankan minat konsumen yang tinggi di pengaruhi banyak faktor, seperti perubahan menu, harga dan kualitas pelayanan yang baik.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Brian Hesmu Nurcahyo, Imroatul Khasanah, "Analisis Pengaruh Presepsi Harga, Kualitas, Pelayanan, Lokasi, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Taman Joglo Café Semarang)", Jurnal Of Management, Vol 5, No 3, (2016) : 2.

<sup>5</sup> Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 147.

<sup>6</sup> Ranny Chendradewi, Imroatul Khasanah, Rangkuti, Tjiptono "Analisis Pengaruh Presepsi Harga Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembeli (Studi Pada Waroeng Steak dan Shake Cabang Kelud)", Jurnal Of Management, Vol. 5, No. 4, (2016) : 1.

Sebelum keputusan pembelian dibuat, keberagaman menu merupakan faktor penting dalam keputusan pembelian, karena tempat makan yang menawarkan menu yang luas memungkinkan konsumen untuk memilih menu berdasarkan selera mereka. Penting bagi perusahaan untuk menawarkan menu yang beragam karena konsumen memiliki kecenderungan untuk menginginkan berbagai pilihan, oleh karena itu, diharapkan menu-menu yang ditawarkan dapat memberikan berbagai macam pilihan dan dorongan konsumen untuk membeli makanan dan minuman yang sesuai dengan selernya. Penyediaan keragaman menu yang baik tidak hanya akan menarik untuk membeli. Hal ini memungkinkan mereka menjadi pelanggan yang setia dan pada akhirnya dapat mencapai sasaran dan tujuan dari sebuah tempat makan.<sup>7</sup>

Untuk memenangkan persaingan, harga harus ditetapkan terlebih dahulu karena itu merupakan faktor terpenting. Harga berpengaruh dalam hal keputusan konsumen untuk menentukan pilihan suatu produk atau membeli suatu produk. Jika manfaat dari produk sama ataupun lebih besar dari konsumsi nominalnya, maka konsumen akan lebih puas.<sup>8</sup>

Kualitas pelayanan menjadi salah satu kunci utama keputusan pembelian konsumen. Kualitas pelayanan merupakan upaya untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan, ketepatan penyampaian yang menyeimbangkan harapan pelanggan. Kualitas selalu berpusat pada pelanggan. Jika layanan tersebut memenuhi keinginan pelanggan, maka dapat dikatakan pelayanan tersebut berkualitas tinggi. Kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, jika suatu restoran memiliki pelayanan dan produk yang berkualitas maka konsumen tertarik untuk ke restoran tersebut.<sup>9</sup>

Kota Kudus atau Kota Kretek terkenal sebagai penghasil rokok terbesar di Jawa Tengah dan juga dikenal sebagai Kota Santri. Selain itu Kota Kudus juga mempunyai kuliner khas dengan cita rasa yang enak, lezat untuk dinikmati seperti lentog tanjung, soto kudus, nasi

---

<sup>7</sup> Mursaida Kusuma Wardani, Dr Anna Wulandari, "Cita Rasa Dan Keragaman Menu Dalam Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Nasi Uduk Betawi Mpok Tiyah", Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 14, No. 1, (2017) :19-20.

<sup>8</sup> Yuni Restiani Widjaja, Febi Dwi Jayanti Rahmat, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dirumah Makan Kampoeng Sawah Kabupaten Bandung", Ekspansi, Vol 9, No 1, (2017) :72.

<sup>9</sup> Diana Natalia Mumu, William J.F.A Tambun, Jane G. Poluan, Tjiptono, "Pengaruh Keragaman Menu, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado", Jurnal Emba, Vol 9, No 3, (2021) : 952.

pandang kerbau dan lain-lain. Di Kota Kudus banyak perusahaan yang mengembangkan usaha kuliner mulai dari kuliner tradisional sampai modern. semua para pelaku bisnis bersaing untuk mendapatkan kepercayaan konsumen bahwa mereka menawarkan produk terbaik. Di Kota Kudus, bisnis kuliner atau rumah juga mengalami kemajuan yang cukup pesat ditandai dengan banyaknya usaha rumah makan atau café yang menyediakan berbagai macam makanan dan minuman dan sudah tersebar dimana-mana. Berikut data dari BPS (Badan Pusat Statistik) mengeni jumlah rumah makan atau café yang ada di Kota Kudus

**Tabel 1.1**

**Perkembangan Jumlah Rumah Makan atau Café di Kudus**

| 2019 | 2020 | 2021 |
|------|------|------|
| 25   | 25   | 27   |

Sumber : Data BPS Jawa Tengah

Berdasarkan pada tabel diatas, perkembangan jumlah rumah makan atau café yang ada di Kota Kudus selama tiga tahun mengalami peningkatan. Dapat dilihat dari tabel tahun 2019 sampai dengan tahun 2021 mengalami penambahan jumlah rumah makan atau café dari 25 tempat menjadi 27 tempat usaha. Peningkatan tersebut berarti bahwa semakin berkembangnya usaha kuliner yang ada di Kota Kudus ini.

Condro Moeria Café dan Resto merupakan salah satu tempat makan atau restoran di Kudus, letaknya di Jalan Raya Kudus Colo tepatnya di Desa Kajar Dawe Kudus. Lokasinya yang dikelilingi persawahan dan jauh dari hiuk priuk kota menjadi daya tarik bagi para pengunjung atau konsumen yang ingin menikmati aneka macam keberagaman menu makanan dan minuman dengan suasana asri pedesaan yang menyatu dengan alam. Ruangan yang bersih, tata letak yang rapi, membuat konsumen menjadi pelanggan yang tetap di café dan resto. Selain itu juga ada tempat untuk bermain anak-anak sehingga cocok untuk tempat berakhir pekan dan berkumpul dengan keluarga.

Selain itu, Condro Moeria Café dan Resto mempunyai menu makanan, minuman, snack yang bermacam-macam yang ditampilkan dalam bentuk draf menu. Dan harga yang ditawarkan terjangkau. Dalam hal pelayanan, Condro Moeria Café dan Resto memberikan pelayanan yang baik. Ketika pelanggan datang, hal pertama yang dilakukan oleh karyawan adalah menyediakan draft menu makanan dan minuman dan memberikan nomor meja.

Condro Moeria Café dan Resto bukanlah satu-satunya resto dan café yang menjual aneka makanan dan minuman, di daerah Kajar

Dawe Kudus. Persaingan yang semakin ketat dalam bidang industri makanan dan minuman mendorong untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan yang baik dan memuaskan bagi konsumen.<sup>10</sup>

Berdasarkan hasil observasi awal peneliti, keragaman menu yang ada pada Condro Moeria Café dan Resto masih kurang beragam, seperti belum adanya makanan kekinian dan banyak diminati masyarakat misalnya *chicken steak*, *rice bowl*, seblak, kebab, dan lain sebagainya. Dari segi harga menu yang ditawarkan di Condro Moeria Café dan Resto masih terjangkau untuk masyarakat setempat dan harga tersebut masih wajar untuk sekelas restoran. Namun, apakah dengan harga yang terjangkau tersebut dapat membuat konsumen melakukan pembelian di tempat tersebut. Untuk kualitas pelayanan yang ada di Condro Moeria Café dan Resto, menurut peneliti masih perlu ditingkatkan seperti dari segi *service* atau pelayanannya, seperti kecepatan penyajian makanan atau minuman.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Sanny Hanjaya (2016) yang, menunjukan bahwa keragaman menu memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, penelitian yang dilakukan Febrianto Clinton Polla, Lisbeth Mananeke, Rita N taroreh (2018) menunjukan bahwa Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, Penelitian terdahulu yang dilakukan Mohammad Ramadani (2019) menunjukan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dari penjelasan diatas peneliti ingin mengungkapkan apakah keragaman menu, harga, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Keragaman Menu, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Prespektif Ekonomi Syariah Di Condro Moeria Café dan Resto”**

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah Keragaman Menu berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Condro Moeria Café dan Resto?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Condro Moeria Café dan Resto?

---

<sup>10</sup> Observasi Dilakukan di Condro Moeria Café dan Resto Pada Tanggal 26 Oktober 2021

3. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Condro Moeria Café dan Resto?
4. Apakah Keragaman Menu, Harga, Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Condro Moeria Café dan Resto?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh keragaman menu terhadap keputusan pembelian konsumen di Condro Moeria Café dan Resto.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Condro Moeria Café dan Resto.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Condro Moeria Café dan Resto.
4. Untuk mengetahui pengaruh keragaman menu, harga, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Condro Moeria Café dan Resto.

### D. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung didalamnya. Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis
  - a. Bagi Peneliti

Penelitian diharapkan dapat meningkatkan ketajaman analisis serta menambah pengetahuan dan peneliti mampu memahami pengaruh keragaman menu, harga, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Condro Moeria Café dan Resto

- b. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat digunakan untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh keragaman menu, harga, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Condro Moeria Café dan Resto

2. Manfaat Praktis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menginformasikan dan menjadi bahan penilaian bagi pengelola untuk memahami seberapa jauh pengaruh keragaman menu,

harga, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Condro Moeria Café dan Resto

## E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan susunan laporan yang secara garis besar menggambarkan sistematika penulisan sehingga pembaca mampu memahami isi dari laporan. Adapun sistematika penulisan sebagai berikut :

### 1. Bagian Awal

Bagian ini terdiri halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman pengantar, halaman abstrak, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar.

### 2. Bagian Isi

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari lima bab yaitu antara bab I sampai bab V yang saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh yang dapat digambarkan sebagai berikut :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab pendahuluan menjelaskan, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

#### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada bab landasan teori menyajikan, landasan teori, antara lain keragaman menu, harga, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian konsumen, hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian.

#### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini metode penelitian memaparkan, jenis dan metode penelitian, sumber data, populasi dan sampel, variabel penelitian dan definisi operasional, teknik pengumpulan data, metode analisis data, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yang meliputi uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas, Uji hipotesis meliputi analisis regresi linier berganda, uji t, uji f dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ).

#### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan tentang deskripsi objek penelitian, gambaran umum Condro Moeria Café

dan Resto, gambaran umum responden yang meliputi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, tingkat usia, tingkat pendidikan, pekerjaan. hasil analisis data meliputi uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi kalsik meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas. Uji hipotesis meliputi analisis regresi linier berganda, uji t, uji f dan uji koefesien determinasi ( $R^2$ ) dan pembahasan.

## **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan penelitian yang terdiri saran bagi lembaga serta penelitian yang akan datang dan penutup.

### **3. Bagian Akhir**

Bagian ini berisi daftar pustaka yaitu buku-buku yang digunakan peneliti sebagai referensi dalam penelitian dan lampiran-lampiran yang mendukung skripsi.

