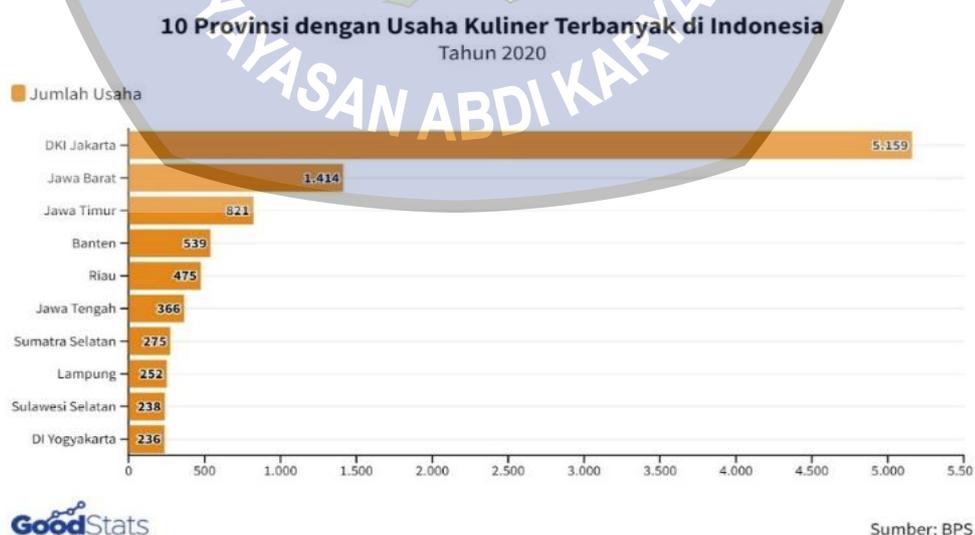


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan zaman yang semakin maju berdampak pada perkembangan usaha dan bisnis salah satunya yaitu dibidang kuliner. Makanan dan minuman yaitu kebutuhan primer manusia yang mengakibatkan bisnis kuliner memiliki nilai lebih dibanding usaha jenis lainnya. Perkembangan zaman saat ini juga membuat masyarakat cenderung lebih memiliki kesibukan dan mobilitas yang tinggi. Salah satu UMKM yang bertahan pada saat pandemi adalah bisnis kuliner. Bisnis kuliner pada saat ini memang sedang merajalela dan juga masih memiliki potensi yang cukup besar apabila seseorang memiliki kreativitas dan inovasi yang tinggi dalam hal pemilihan jenis makanan. Berikut data yang dituliskan oleh (Angelia, 2022) yang menunjukkan perkembangan kuliner pada beberapa Provinsi di Indonesia sebagai berikut.



Gambar 1.1 10 Provinsi dengan Usaha Kuliner Terbanyak di Indonesia

Sumber: Diva Angelia dalam <https://goodstats.id/article/lebih-dari-10000-usaha-kuliner-ada-di-indonesia-bagaimana-statistiknya-OTIU5>

Tumbuh banyaknya bisnis kuliner yang terdapat pada beberapa provinsi di Indonesia ini merupakan bukti bahwasanya dalam bidang bisnis kuliner tidak akan pernah mati, karena makanan hampir selalu menjadi kebutuhan primer bagi semua orang. Kebanyakan orang bisa menahan nafsu untuk tidak membeli fashion, tetapi kalau untuk makan mereka tidak bisa menahan nafsu karena mereka tidak bisa menahan lapar kalau mereka tidak membeli makanan (Hartato & Sarwo Edy Handoyo, 2021).

Jadi tidak heran lagi jika banyak sekali bisnis kuliner di jaman sekarang. Mereka umumnya lebih sering menghabiskan waktu di luar rumah. Karena alasan kepraktisan dan kenyamanan, mereka biasanya sering mengunjungi tempat-tempat makan untuk berkumpul bersama keluarga dan teman, bertemu klien, atau hanya sekedar untuk bersantai ditengah kesibukan mereka. Angkringan merupakan salah satu tempat yang banyak dipilih. angkringan diambil dari bahasa Jawa yaitu "angkring" yang artinya duduk santai dengan melipat satu kaki di kursi.

Pengembangan usaha lewat industri kuliner yang belakangan ini menjamur dalam kehidupan masyarakat merupakan suatu perubahan pola hidup yang drastis ke arah masyarakat yang konsumtif. Tidak dipungkiri bahwa seiring berkembangnya zaman, juga diikuti dengan perkembangan gaya hidup. Apalagi anak muda zaman sekarang bisa dibilang "latah" yang artinya ingin sesuatu yang dipakai atau dimiliki oleh teman sebayanya. Jika temannya melakukan hal-hal yang belum pernah dilakukan oleh seorang anak tersebut. Kebanyakan dari remaja saat

ini suka meniru gaya dari teman lainnya (Kurnia Sari & Wahyu Setyawan, 2021) Semakin meningkatnya perubahan gaya hidup, khususnya anak muda, hal ini menjadi daya tarik para pelaku bisnis untuk membuat usaha Angkringan, salah satunya adalah Angkringan Kanca. Nama Angkringan Kanca ini memiliki latar belakang filosofis tentang pemilihan namanya yang berasal dari plesetan Bahasa sansekerta yaitu konco yang memiliki arti teman/sahabat. Angkringan Kanca sendiri merupakan salah satu angkringan yang bisa dikatakan baru tetapi banyak dikunjungi oleh masyarakat kota Jakarta Barat.

Seiring bertumbuhnya usaha kuliner ini tentunya mengakibatkan tingkat persaingan dunia usaha ini semakin ketat, sehingga para pelaku usaha tersebut harus menyasati usahanya agar dapat bertahan dan memenangkan persaingan. Sama halnya dengan Angkringan Kanca, mereka dapat menyasati persaingan bisnisnya dengan mengusung sebuah konsep yang dihadirkan. Konsep tersebut adalah *modern style* yang bertujuan untuk mengimplementasikan kehidupan modern dalam sebuah angkringan yang berbeda dari angkringan tradisional pada biasanya. Konsep lain yang ditawarkan oleh Angkringan Kanca ini juga menjadi alternatif dalam usaha kuliner angkringan, yaitu menerapkan konsep percampuran antara angkringan dan kedai kopi. Beberapa elemen inilah yang ditujukan sebagai siasat dalam memenangkan persaingan ini agar para calon konsumen menjadi tertarik dan dapat membeli produk yang ditawarkan di dalamnya.

Angkringan Kanca yang menjadi salah satu Angkringan di Jakarta Barat, yang beralamat di Jl. Anggrek Garuda D/I No.D6, Kemanggisan, Kec. Palmerah,

Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11480. Peneliti melakukan observasi pengamatan persaingan kedai kopi disekitar obyek (Angkringan Kanca)

*Tabel 1.1 Pesaing Café di Dekat Obyek Angkringan Kanca*

No	Nama Kedai Kopi	Alamat
1.	Kopi Nako Slipi	Jl. Anggrek Garuda D/I No.E5, RT.5/RW.2, Kemanggisan, Kec. Palmerah, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11400
2.	Kopi Titik Koma Kemanggisan	Jl. Anggrek Garuda D/I No.22, RW.2, Kemanggisan, Kec. Palmerah, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11480
3.	Selaksa Mimpi	Jl. Anggrek Garuda D/I No.54 B, RT.4/RW.2, Kemanggisan, Kec. Palmerah, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11480
4.	Tamukopi	Jalan Anggrek Garuda D3/59 Kemanggisan RT 004, RT.4/RW.2, Kemanggisan, Palmerah, West Jakarta City, Jakarta 11480

Sumber : Data yang diolah peneliti 2023

Dari observasi yang dilakukan oleh peneliti, diketahui bahwa strategi pemasaran yang kompetitor lakukan memiliki konsep yang berbeda dalam penerapannya. Mereka berlomba-lomba tampil dengan konsep yang berbeda agar konsumen tetap tertarik dan ingin mengunjungi tempat tersebut.

Konsumen di Angkringan Kanca memiliki banyak alasan sebelum melakukan keputusan pembelian, sebagian konsumen ingin menikmati kopi, ada juga konsumen yang hanya ingin mencicipi suasana nongkrong dan menikmati minuman dan makanan di Angkringan Kanca Jakarta Barat. Umumnya konsumen yang datang mendapatkan rekomendasi dari teman, media sosial, bahkan ada konsumen yang datang langsung ke Angkringan Kanca tanpa rekomendasi. Ada Beberapa faktor bagi konsumen yang tertarik untuk berkunjung, salah satunya adalah jarak rumah dan tempat kerja konsumen yang terdekat. Keputusan

pembelian merupakan suatu keputusan yang dilakukan oleh seorang konsumen untuk menentukan produk yang akan dibelinya.

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan didapati bahwa Angkringan Kanca secara total pendapatan per bulan rata-rata Rp. 63.000.000,00., yang didapatkan dari total pengunjung rata-rata 1.600 orang/bulan dengan rincian pengunjung harian kurang lebih sebanyak 53 orang (sumber: Manajemen Angkringan Kanca,2023).

Dengan memperhatikan dari rentang waktu berjalannya usaha, Angkringan Kanca telah melakukan pembukuan pembukuan Net profit selama 4 bulan terakhir sebagaimana.

*Tabel 1.2 Data Net profit Angkringan Kanca November Tahun 2022- Januari 2023*

No	Bulan	Net Profit/bln	Presentase (%)	Target
1	November	Rp 10.823.800	25,40%	Rp 43.000.000
2	Desember	Rp 14.905.600	34,98%	Rp 43.000.000
3	Januari	Rp 9.068.000	21,28%	Rp 43.000.000
4	Febuari	Rp 7.819.360	18,35%	Rp 43.000.000

Sumber: Diolah dari Manajemen Angkringan Kanca,2023

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas terlihat bahwa perkembangan pendapatan Angkringan Kanca mengalami fluktuatif pada November Tahun 2022 - Januari 2023. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa unsur yang mempengaruhi konsumen untuk memutuskan pembelian di Angkringan Kanca. Pendapatan rata-rata 63 juta tersebut setelah dikurangi biaya tetap dan biaya operasional didapatkan Net profit sebagaimana diatas.

Kecenderungan penurunan Net profit dan fluktuatifnya target maka peneliti menduga ada permasalahan yang mendasar terkait keputusan pembelian. Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah harga. Untuk itu peneliti melakukan pra survey pada pengunjung di Angkringan Kanca terkait mendorong keputusan pembelian pada 30 responden yang sudah melakukan pembelian.

*Tabel 1.3 Pra Survey Harga*

No	Uraian	Jumlah	Ya	Tidak
1	Apakah harga produk yang ditawarkan pada Angkringan Kanca terjangkau	30 orang	25 orang	5 orang
2	Harga pada Angkringan Kanca lebih terjangkau dari bisnis kuliner serupa	30 orang	22 orang	8 orang
3	Apakah harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang anda harapkan	30 orang	26 orang	4 orang
Rata-rata			24 orang	6 orang

Sumber : Data yang diolah peneliti 2023

Konsep harga konsumen mencakup semua bentuk biaya moneter yang dikeluarkan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, dan menggunakan campuran barang dan jasa dari suatu produk. Menurut Hasan (2015:298) dalam Putra Utama, (2019) penetapan harga adalah bagaimana perusahaan membedakan produknya dari pesaing. Angkringan Kanca menawarkan harga yang murah dan terjangkau, harga minuman dan makanan Angkringan Kanca berkisar antara Rp 20.000 hingga Rp 35.000. Rata-rata dari pra survey tersebut diketahui bahwa tingkat kesetujuan sebesar 81,1% dapat ditemukan bahwa konsumen merasa puas dengan harga yang ditawarkan oleh Angkringan Kanca. Sedangkan 18,9% dapat

ditemukan bahwa harga yang ditawarkan belum terjangkau dan harga yang ditawarkan belum sesuai dengan produk yang diharapkan konsumen.

Harga tersebut dapat memberikan konsumen menikmati kopi serta minuman dan makanan yang terjangkau dengan menikmati suasana yang nyaman, sedangkan dari para pesaing Angkringan Kanca ini memiliki penawaran harga yang berbeda-beda. Ada pesaing yang menawarkan harga relatif lebih mahal, namun ada juga yang menawarkan harga yang sebanding dengan Angkringan Kanca, tetapi belum tentu dapat menyuguhkan kenyamanan yang sama dengan yang disajikan oleh Angkringan Kanca. Fenomena terkait harga yang dicapai pada Angkringan Kanca adalah harga yang ditawarkan dapat bersaing dengan produk pesaing lain, harga sesuai dengan kualitas produk yang dihasilkan, harga sesuai dengan kemampuan konsumen, harga stabil dan tidak berubah. Berdasarkan fenomena tersebut, data hasil pra survey yang dibuat peneliti menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Angkringan Kanca.

Peneliti telah mengumpulkan penelitian terdahulu mengenai keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh harga. Ada dua penelitian yang menurut peneliti relevan terhadap pembahasan ini yaitu penelitian yang dilakukan (L Annisaa et al., 2022) menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Nur Indahsari & Roni, 2022) menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi dalam menentukan keputusan pembelian bagi konsumen ialah dari segi lokasi. Untuk itu peneliti melakukan pra

survey pada pengunjung di Angkringan Kanca terkait mendorong keputusan pembelian pada 30 responden yang sudah melakukan pembelian.

*Tabel 1.4 Pra Survey Lokasi*

No	Uraian	Jumlah	Ya	Tidak
1	Apakah lokasi Angkringan Kanca mudah dijangkau oleh anda	30 orang	23 orang	7 orang
2	Menurut anda fasilitas transportasi umum mudah diakses untuk menuju Angkringan Kanca	30 orang	25 orang	5 orang
3	Apakah lokasi Angkringan Kanca dekat dengan pusat keramaian	30 orang	22 orang	8 orang
Rata-rata			23 orang	7 orang

Sumber : Data yang diolah peneliti 2023

Lokasi dapat diartikan dengan posisi dimana tempat usaha itu ditentukan oleh pelaku bisnis yang ditentukan agar terjangkau oleh para calon konsumen dan memberikan kemudahan-kemudahan untuk memenuhi kebutuhannya (Nurlia, 2020). Menurut Kotler dan Armstrong (2012) dalam (Nur Rizky, n.d.) dalam industri jasa, tempat terutama mengacu pada lokasi dan distribusi yang dapat memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam memperoleh jasa perusahaan.

Angkringan yang bertempat di bilangan Slipi ini berseberangan dengan pasar Slipi Jaya. Berdirinya angkringan yang letaknya berseberangan dengan pasar ini menjadi kelebihan dari pesaing lainnya dalam penentuan lokasi berbisnis, sebab tak cuma pasar melainkan di sekitar lokasi ini juga terdapat banyak perkantoran, ruko-ruko, kios-kios dan lain sebagainya. lokasi angkringan ini juga memiliki sarana dan prasarana umum kota, yaitu berada tepat pada posisi pemberhentian angkutan umum, sehingga dalam menjangkau angkringan ini terdapat kemudahan

bagi pengunjung yang dalam kesehariannya menggunakan fasilitas angkutan umum.

Lokasi yang mudah dijangkau merupakan salah satu faktor penting dalam menarik konsumen, jika lokasi yang dijangkau lebih mudah semakin banyak konsumen yang datang. Dari rata-rata pra survey tersebut ditemukan sebesar 77,6% setuju bahwa lokasi Angkringan Kanca mudah dijangkau dan ditemukan sebesar 22,24% menyatakan bahwa lokasi tidak mudah dijangkau, fasilitas tidak memadai serta tidak dekat pusat keramaian. Berdasarkan fenomena tersebut, data hasil pra survey yang dibuat peneliti menyatakan bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Angkringan Kanca.

Peneliti telah mengumpulkan penelitian terdahulu mengenai keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh lokasi. Ada dua penelitian yang menurut peneliti relevan terhadap pembahasan ini yaitu penelitian yang dilakukan (L Annisaa et al., 2022) menyatakan bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan penelitian yang dilakukan (Ibrahim & Thawil, 2019) bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Dari kedua faktor di atas, yaitu harga dan lokasi, terdapat faktor pendukung lain yang menjadi pengaruh penting dari penentuan keputusan pembelian dari konsumen dan faktor ketiga ini adalah kualitas pelayanan. Untuk itu peneliti melakukan pra survey pada pengunjung di Angkringan Kanca terkait mendorong keputusan pembelian pada 30 responden yang sudah melakukan pembelian.

*Tabel 1.5 Pra Survey Kualitas Pelayanan*

No	Uraian	Jumlah	Ya	Tidak
1	Apakah pelayanan yang anda dapatkan di Angkringan Kanca sesuai dengan yang anda harapkan	30 orang	25 orang	5 orang
2	Apakah anda merasakan kemudahan dalam melakukan pembayaran di Angkringan Kanca	30 orang	23 orang	7 orang
3	Apakah anda memberikan tips saat merasa puas akan pelayanan yang sudah diberikan di Angkringan Kanca	30 orang	19 orang	11 orang
Rata-rata			22 orang	8 orang

Sumber : Data yang diolah peneliti 2023

Kualitas pelayanan merupakan suatu pelayanan yang disuguhkan terhadap para konsumen agar dapat memenuhi apa yang dibutuhkan dan disesuaikan dengan apa yang diharapkan (Dwi Insani & Setiyariski, 2020). Kualitas pelayanan ini tentunya memiliki beberapa kriteria yang dapat menentukan bahwa kualitas pelayanan itu tergolong baik atau tidaknya. Menurut Andriani dan Kristiutami dalam Dwi Insani & Setiyariski, (2020) mengutarakan bahwa terdapat dua hal yang mempengaruhi, yaitu pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang dirasakan. (perbandingan kualitas pelayanan). Dari rata-rata pra survey ditemukan sebesar 74,53% setuju bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Angkringan Kanca baik atau sesuai dengan harapan mereka dan 25,54% merasa tidak puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Angkringan Kanca.

Berdasarkan penjelasan kriterian kualitas pelayanan di atas, Angkringan Kanca memiliki kedua pengaruh tersebut. Pertama, dari segi pelayanan yang diharapkan. Dengan mengusung konsep yang modern ini Angkringan Kanca

menyajikan pelayanan yang diharapkan dari segi pembayaran yang sudah berbeda dari pesaing lainnya yang menerapkan pembayaran secara konvensional. Angkringan Kanca menerapkan sebuah metode pembayaran *Q-Ris* yang menyajikan kemudahan pembayarannya. Kemudian Angkringan ini juga telah menyediakan pemesanan produk lewat sebuah aplikasi pembelian secara daring, sebagai contoh lewat *Go-Food*, *Grab Food* atau *Shopee Food* yang belum tentu ada dari pesaing lainnya.

Kedua, dari pelayanan yang dirasakan oleh para konsumen. Pengaruh ini dapat dilihat dari bagaimana tingkat kepuasan konsumen. Beberapa konsumen dapat merasakan kepuasan dari pelayanan yang diberikan dengan memberikan uang *tips*, hal itu terlihat dari selalu terisinya kotak *tips* yang ada pada meja kasir. Selanjutnya dari sisi pembelian daring lewat aplikasi juga terlihat banyaknya *review* memuaskannya dari para konsumen yang memberikan bintang 4 sampai 5. Terakhir adalah bagaimana kepuasan konsumen yang dapat dilihat dari akun sosial media mereka yang mengunggah foto ataupun video disaat berada di Angkringan Kanca yang bernada positif dan mengajak para pengikut untuk mengunjungi tempat tersebut. Berdasarkan fenomena tersebut, data hasil pra survey yang dibuat peneliti menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Angkringan Kanca.

Berdasarkan pembahasan fenomena diatas peneliti telah mengumpulkan penelitian terdahulu mengenai keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Ada dua penelitian yang menurut peneliti relevan terhadap pembahasan ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh (L Annisaa et al., 2022) Kualitas Pelayanan

berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan penelitian yang dilakukan (Kelvinia et al., 2021) Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA ANGKRINGAN KANCA DI SLIPI”.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Sebagaimana yang telah dijelaskan dilatar belakang, untuk mencapai tujuan penelitian, maka peneliti merumuskan permasalahan yang akan dibahas sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Angkringan Kanca di Jakarta Barat secara simultan?
2. Apakah ada pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Angkringan Kanca di Jakarta Barat secara parsial?
3. Apakah ada pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Angkringan Kanca di Jakarta Barat secara parsial?
4. Apakah ada pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Angkringan Kanca di Jakarta Barat secara parsial?

## **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh:

1. Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Angkringan Kanca Jakarta Barat secara simultan
2. Harga terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Angkringan Kanca di Jakarta Barat secara parsial
3. Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Angkringan Kanca di Jakarta Barat secara parsial
4. Lokasi terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Angkringan Kanca di Jakarta Barat secara parsial

### 1.3.2 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan pada perusahaan (Angkringan Kanca) untuk strategi penjualan agar dapat membuat konsumen mempertimbangkan keputusan pembelian produk pada Angkringan Kanca

b. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat menjadi sumber informasi untuk penelitian selanjutnya.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan menjadi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar strata (S1) di Universitas Satya Negara Indonesia.

