

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki julukan sebagai negara kepulauan dan juga negara maritim karena memiliki banyak pulau yang tersebar dari Sabang sampai Merauke dengan diapit oleh dua samudera, sehingga wilayahnya didominasi oleh 70% perairan dan 30% oleh daratan (KESBANGPOL, 2022). Hal ini tentunya akan menjadikan negara Indonesia sebagai negara yang kaya akan sumber daya hingga keindahan alam dan menjadi potensi bagi kegiatan pariwisata di Indonesia karena menjual beragam destinasi wisata dan akan menarik perhatian para wisatawan baik domestik atau mancanegara untuk berwisata ke Indonesia. Salah satu kota yang terkenal akan kegiatan pariwisata yaitu Kota Bandung dan juga terkenal sebagai wisata kuliner. Kota ini juga menjadikan kegiatan kepariwisataan sebagai salah satu sumber pendapatan. Adapun data jumlah wisatawan baik mancanegara maupun wisatawan lokal yang mengunjungi objek wisata di Kota Bandung.

Tabel 1.1 Data Jumlah Wisatawan di Kota Bandung Tahun 2017-2021

Tahun	Jumlah Wisatawan	Presentase
2017	1,863,561	-
2018	5,864,721	214%
2019	2,442,250	58%
2020	2,431,290	0,4%
2021	393,223	84%

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat, 2021

Berdasarkan tabel 1.1, menunjukkan bahwa terdapat kenaikan dan penurunan yang cukup signifikan. Pada tahun 2021 mengalami penurunan yang sangat drastis karena terjadinya pandemi Covid-19 yang sudah dimulai sejak awal tahun 2020. Hal tersebut tentunya menjadi tugas utama bagi masyarakat untuk mengembangkan kembali objek wisata yang kurang lebih sudah dua tahun tidak dikelola untuk mengembalikan pendapatan atas kerugian. Adapun salah satu strategi atau langkah awal untuk memperbaiki perekonomian tersebut yaitu dengan mengembangkan bisnis kuliner. Bisnis kuliner ini berkaitan erat dengan kegiatan makan dan minum. Makan dan minum

merupakan kegiatan yang tak dapat dipisahkan dari kehidupan. Maka dari itu, bisnis kuliner merupakan suatu bisnis yang sangat menjanjikan di masa yang akan datang. Jenis bisnis kuliner yang dilakukan ini berupa restoran, rumah makan, *cafe, francaise*, dan sebagainya. Berikut merupakan tabel jumlah bisnis kuliner di Kota Bandung.

Tabel 1.2 Jumlah Restoran, Cafe, dan Rumah Makan Kota Bandung Tahun 2017-2021

Tahun	Jumlah Restoran dan Rumah Makan
2017	756
2018	1,052
2019	952
2020	524
2021	791

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat, 2021

Pada tabel 1.2 menunjukkan bahwa jumlah restoran dan rumah makan di Kota Bandung terus meningkat setiap tahunnya, namun pada tahun 2020 mengalami penurunan karena adanya pandemi dan menyebabkan usaha kuliner tersebut gulung tikar. Dampak pandemi ini juga dirasakan oleh salah satu bisnis yang bergerak di bidang kuliner yaitu *Cafe Ruang Santap* karena adanya penurunan kunjungan dalam melakukan pembelian produk. *Cafe* yang terletak di Jl. Cijerokaso, Cluster Green Residence, Unit E, Sarijadi, Kec. Sukasari, Kota Bandung ini didirikan sejak tahun 2019 dengan memiliki tempat yang tidak terlalu luas, namun sangat nyaman untuk bercengkrama dengan kerabat juga keluarga. Ruang Santap ini menjual aneka menu makanan rumahan yang berbeda dari *cafe* pada umumnya dan dapat dinikmati dengan suasana yang berbeda pula.

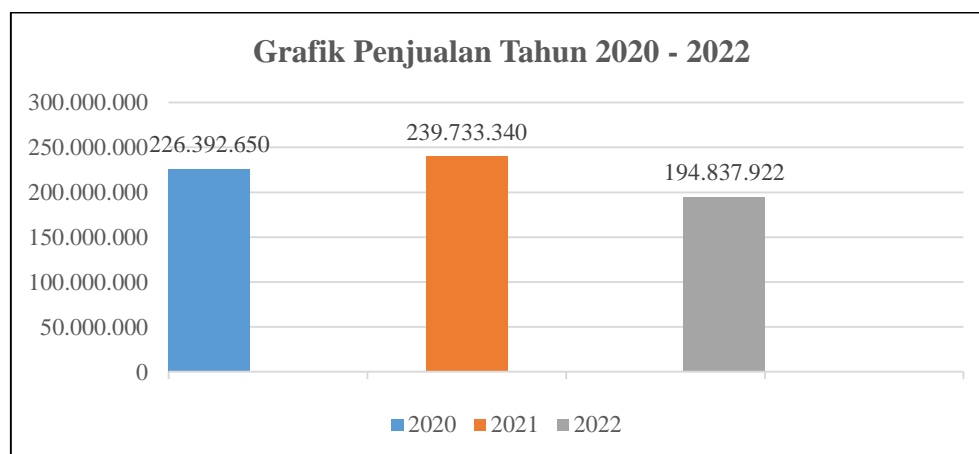
Saat ini banyak kalangan muda maupun orang tua pun menjadikan kuliner sebagai gaya hidup mereka, sehingga banyak bermunculan para pebisnis yang memilih untuk membangun bisnis kuliner berupa *cafe* maupun restoran dengan menawarkan beragam produk yang sangat bervariasi, dan membuat semakin kuatnya persaingan. Hal tersebut tentunya perlu diperhatikan oleh manager Ruang Santap untuk mempertahankan kinerjanya agar tetap menjadi pilihan oleh konsumen dan akhirnya konsumen tersebut tetap membuat keputusan pembelian pada produk di Ruang Santap. Jika mengonsumsi makanan adalah kebutuhan, maka makanan yang dikonsumsi tersebut adalah suatu

keinginan yang menjadi tuntutan, dan konsumen umumnya ingin mendapatkan produk dan pelayanan yang berkualitas (Wijaya *et al.*, 2021). Ketatnya persaingan bisnis di dunia kuliner ini pun akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, sehingga akan berdampak pada penjualan produk di Ruang Santap. Berikut merupakan gambaran grafik penjualan di Ruang Santap selama satu tahun terakhir adalah sebagai berikut:

Tabel 1.3 Data Penjualan Ruang Santap Tahun 2020 – 2022

Tahun	Penjualan per-tahun (Rp)	Persentase Peningkatan / Penurunan
2020	226.392.650	-
2021	239.733.340	5,8%
2022	194.837.922	18,7%

Sumber: Data Penjualan Internal Ruang Santap, 2022



Gambar 1.1 Grafik Penjualan Ruang Santap Tahun 2020 - 2022

Sumber: Data Penjualan Internal Ruang Santap, 2022

Berdasarkan grafik yang disajikan di atas, grafik berwarna biru menunjukkan data dari awal bulan Januari hingga Desember 2020, grafik warna orange menunjukkan data dari awal bulan Januari hingga Desember 2021, sedangkan grafik warna abu-abu menunjukkan data dari awal bulan Januari hingga Desember 2022. Grafik tersebut menunjukkan bahwa penjualan di Ruang Santap mengalami kenaikan sebesar 5,8% di tahun 2021 dan mengalami penurunan sebesar 18,7% di tahun 2022 maka dari itu, diperlukan peningkatan untuk mempertahankan penjualan.

Kualitas pelayanan menjadi suatu perhatian utama bagi para konsumen pada proses keputusan pembelian, sebab jika pelayanan tersebut memberikan kepuasan kepada konsumen, maka akan mempengaruhi terjadinya pembelian kembali sehingga penjualan akan meningkat (Patmala & Fatimah, 2021, hlm. 1155).

Kualitas produk merupakan hal utama yang perlu dipelajari karena dengan semakin meningkatnya persaingan bisnis dalam memproduksi produk yang serupa, maka akan memberikan kesempatan pula bagi konsumen untuk membuat keputusan pembelian dengan memilih kualitas yang terbaik (Asti *et al.*, 2021, hlm. 39).

Maka dari itu, keputusan pembelian merupakan suatu upaya untuk mengidentifikasi semua alternatif yang mungkin untuk memecahkan suatu masalah dan mengevaluasi alternatif tersebut secara sistematis dan objektif, dengan tujuan untuk menentukan keuntungan dan kerugiannya (Mahiri, 2020, hlm. 228).

Berdasarkan ulasan di Google, Ruang Santap memiliki total penilaian yaitu 4,7 dari 5 bintang. Namun pada kenyataannya, kualitas pelayanan dan kualitas produk yang diberikan oleh Ruang Santap tidak selalu mendapatkan respon yang positif oleh konsumennya. Adapun beberapa ulasan konsumen Ruang Santap yang penulis temukan di Google Ruang Santap ini penulis gunakan sebagai bukti masalah.

Tabel 1.4 Ulasan Google Ruang Santap

<i>Username</i>	<i>Review</i>	Bintang
Mayang Harahap	”Kalau kelaparan tidak rekomendasi kesini karena pelayanannya lama”	3/5
Fransisca Sielyna	“Makanannya mayoritas kering, tidak ada sayur. Rasa cumi sambel honjenya enak.”	4/5
Minche Chen	“Pihan menunya memang tidak begitu banyak, namun harganya sangat terjangkau.”	4/5
Anna	“Tempat nyaman, konsepnya unik, es kopi susu nya juga enak kirain bakal kurang secara dia bukan tempat kopi, menu nya semoga diperbanyak.”	5/5
Nina Lsm	“Tempatnya nyaman, makanan pun enak, tapi sayangnya kelamaan nunggunya.”	5/5

Sumber: Hasil Ulasan Google Ruang Santap, diolah oleh penulis, 2023

Berdasarkan tabel 1.3 dapat disimpulkan bahwa ada beberapa bukti masalah yang terdapat di Ruang Santap yaitu, pelayanan yang cukup lama dan menu yang kurang beragam. Tak hanya melalui ulasan Google, penulis juga melakukan pra-penelitian dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 orang responden yang pernah bersantap di Ruang Santap dengan menyajikan beberapa bulir pertanyaan untuk menguji kesamaan variabel dengan ulasan Google.

Tabel 1.5 Tanggapan Responden Pra-Penelitian

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah produk yang dijual oleh Ruang Santap memiliki pilihan yang beragam?	36,7%	63,3%
2	Apakah kualitas rasa dari menu makanan di Ruang Santap baik?	70%	30%
3	Apakah produk yang disajikan oleh Ruang Santap memberikan presentasi atau penampilan yang menarik?	42,9%	57,1%
4	Apakah Ruang Santap memberikan pelayanan dengan cepat?	20%	80%
5	Apakah karyawan di Ruang Santap berpenampilan rapi?	64,3%	35,7%
6	Apakah konsep interior atau layout di Ruang Santap menarik?	86,7%	13,3%
7	Apakah Ruang Santap memberikan suasana yang nyaman?	80%	20%
8	Apakah harga makanan yang ditawarkan oleh Ruang Santap sesuai?	70%	30%
9	Apakah harga produk di Ruang Santap terjangkau?	64,3%	35,7%

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil pra-penelitian pada tabel 1.5, persentase permasalahan terbesar yang didapatkan adalah pada aspek pelayanan dan produk, yaitu terdapat 63,3% responden mengatakan produk yang dijual oleh Ruang Santap tidak beragam, terdapat

57,1% responden mengatakan presentasi produk yang dijual oleh Ruang Santap tidak menarik, dan terdapat 80% responden mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Ruang Santap tidak cepat. Maka dari itu, disimpulkan bahwa aspek kualitas pelayanan dan kualitas produk yang terdapat di Ruang Santap belum maksimal.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk menguji pengaruh topik tersebut dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Ruang Santap Bandung".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis dapat merumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Ruang Santap Bandung?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Ruang Santap Bandung?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Ruang Santap Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan untuk memperoleh hasil yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Ruang Santap Bandung.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Ruang Santap Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Ruang Santap Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan juga informasi kepada penulis mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Ruang Santap Bandung. Penulis juga memperoleh ilmu dalam bidang

manajemen khususnya dalam pengambilan keputusan, serta mendapat wawasan baru mengenai cara melayani pelanggan dengan baik dan menciptakan produk dengan kualitas yang baik dalam dunia usaha kuliner.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi dan masukan oleh pemilik usaha dalam permasalahan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.