

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Seiring dengan berkembangnya zaman yang semakin modern yang terjadi pada dunia saat ini, gaya hidup manusia juga mengalami perubahan dan perkembangan. Melihat perubahan serta perkembangan di dunia pasti akan membuka peluang usaha yang lebih luas dan kompetitif. Menurut Hasbi & Hadi (2021) mengatakan bahwa para pelaku usaha harus mampu mengidentifikasi segmen pasar yang ingin dicapai agar bisa berhasil dalam merumuskan strategi bisnis yang akan diterapkan. Selain itu, pemilihan segmentasi pasar yang tepat dapat membantu pelaku bisnis dalam menetapkan harga jual produk yang ditawarkan kepada konsumen potensial. Hal ini dikarenakan harga menjadi faktor penting dalam menentukan keputusan pembelian. Salah satu jenis usaha yang sangat diminati adalah usaha *Food and Beverage*.

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat serta mengalami perubahan yang terus-menerus. Para pelaku bisnis *food service* saat ini berusaha mencoba untuk merubah cara pandang konvensional dalam kategori usaha restoran yang dulunya hanya menyajikan menu makanan dan minuman menjadi sebuah ide inovatif yang memberikan pengalaman yang menyenangkan dan tidak terlupakan.

Penciptaan suasana nyaman, pemandangan yang indah dan didukung oleh desain interior yang khas serta adanya beragam fasilitas tambahan seperti hiburan musik , sambungan *wifi*, serta tempat berfoto yang dirancang khusus untuk menarik perhatian pelanggan yang pada akhirnya akan memengaruhi pilihan beli mereka.

Banyaknya kompetitor dalam sektor bisnis mengharuskan adanya produk yang tidak sama satu sama lain atau produk yang serupa tetapi memiliki ciri khas yang berbrda. Suatu produk dari sebuah perusahaan perlu menghadirkan keunikan yang berbeda. Produk yang memiliki keunggulan yang lebih jelas tentunya akan menarik perhatian konsumen atau pelanggan untuk mengkonsumsinya. Jika produk tersebut sebuah makanan dengan kualitas cita rasa menjadi faktor utama sebagai daya tarik utama dari produk tersebut. Pada saat konsumen membeli suatu barang atau tipe makanan, mereka akan benar-benar memperhatikan kualitas layanan yang diberikan, apakah memuaskan atau justru mengecewakan. Sebelum memutuskan untuk berbelanja, Setiap konsumen umumnya akan berusaha mencari tahu harga dari suatu barang atau jasa yang ditawarkan. Harga menjadi salah satu aspek utama yang diperhatikan oleh konsumen sebelum memutuskan untuk membeli barang atau jasa tersebut. Oleh karna itu pelaku usaha mampu meyakinkan kepada konsumen secara efektif melalui strategi penentuan harga produk yang mereka tawarkan.

Pertimbangan tersebut bagi konsumen merupakan sebuah tantangan atau keterbatasan yang mereka hadapi dalam hal membeli produk tersebut. Situasi ini dapat mengakibatkan keterlambatan dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli, bahkan keputusan untuk melakukan pembelian bisa saja dibatalkan karena konsumen mulai meragukan nilai dan kualitas yang ditawarkan oleh produk tersebut.

Era modernisasi ini banyak sekali resto atau café yang sekarang menjadi tempat pilihan digunakan untuk mengerjakan tugas, berkumpul, bersosialisasi dan bertukar pikiran (Anggraini, 2023). Kebiasaan makan dan minum di luar rumah kini sudah menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat modern. Karena kondisi tersebut, jumlah restoran semakin bertambah. Banyak usaha kuliner muncul, mulai dari usaha kecil seperti warung dan café tenda, usaha menengah seperti depot, rumah makan, dan café, hingga usaha besar seperti restoran. Karena persaingan di dunia restoran semakin ketat, maka restoran tidak hanya perlu fokus pada penjualan saja, tetapi juga harus memperhatikan kebutuhan konsumen dan menjaga hubungan baik dengan mereka. Untuk tetap bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat, restoran juga harus memastikan pelanggan merasa senang dan setia berlangganan di restoran tersebut, dengan memperhatikan beberapa faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Faktor yang mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan menurut (Harkim *et al.*, 2021) adalah cara mengukur seberapa baik layanan yang diberikan

bisa memenuhi harapan pelanggan. Artinya, kualitas pelayanan menunjukkan sejauh mana layanan itu sesuai dengan standar yang diharapkan. Restoran wajib memberikan pelayanan yang baik agar konsumen merasa puas. Selain itu, jika konsumen merasa senang maka cenderung tidak ingin berpindah ke restoran lainnya. Selain melihat kualitas barang dan layanan yang diberikan, harga juga menjadi hal penting yang dipertimbangkan oleh pembeli. Kualitas pelayanan adalah cara untuk menilai seberapa baik suatu pelayanan dapat memenuhi keinginan dan harapan pelanggan. Konsumen adalah yang menentukan apakah suatu produk berkualitas atau tidak. Melalui kualitas pelayanan ini, penjual dapat mengetahui apakah jasa atau barang yang dihasilkan baik atau buruk. Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu faktor penting dalam mencapai keberhasilan. Kualitas produk dan pelayanan yang baik membuat bisnis bisa bersaing dengan yang lain, serta berdampak pada tingkat kepercayaan konsumen. Menurut (Hermawati, 2023), kepercayaan adalah perasaan percaya kepada mitra yang seseorang bersinggungan. Kepercayaan muncul dari produk yang sudah lama digunakan hingga kedua pihak saling percaya satu sama lain. Jika sudah ada rasa percaya antara pelanggan dan perusahaan, maka upaya untuk memperkuatnya akan terasa lebih mudah. Menurut (Aqilah & Cahyono, 2024), harga adalah salah satu komponen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan komponen lainnya menghasilkan biaya. Harga juga menyampaikan pesan tentang nilai yang ingin diberikan oleh produk

atau merek perusahaan kepada pasar. Terkadang konsumen berpikir bahwa harga yang mahal belum tentu membuat mereka senang, tetapi di sisi lain mereka juga percaya bahwa harga yang tinggi bisa mencerminkan kualitas produk, terutama pada menu makanan dan minuman yang ditawarkan kepada konsumen. Oleh karena itu, peneliti menyusun dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Makanan pada Sektor Kuliner (Shelter Solo Square)”**.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah :

- a. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembeli?
- b. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian?

C. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut :

1. Untuk meneliti tentang kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Shelter Solo Square.
2. Untuk meneliti tentang harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Shelter Solo Square.

D. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat dari penelitian ini adalah :

- a. Manfaat bagi objek

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan kualitas pelayanan dan harga jual makanan untuk meningkatkan minat pembelian oleh konsumen.
- b. Manfaat bagi penulis
- 1) Dapat memperluas wawasan dan pengetahuan peneliti melalui pengaplikasian teori yang diperoleh saat perkuliahan ke dalam praktek nyata dan untuk menyelesaikan tugas akhir