

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Membangun bisnis kecil menjadi bisnis yang besar dan sukses bukan hanya tentang mempunyai mimpi yang besar. Untuk memperoleh keberhasilan, ada banyak hal dan langkah nyata yang harus dilakukan. Untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan apa yang kita inginkan, pelaku bisnis membutuhkan kerja keras dan dedikasi yang tinggi. Pada perkembangan zaman ini bisnis kuliner menjadi salah satu bisnis yang banyak diminati oleh masyarakat di bidang *food and beverage*. Saat ini bisnis makanan berkembang pesat dari semua sektor mulai dari desa maupun dikota-kota besar. Gaya hidup yang semakin berkembang dan pola konsumsi masyarakat mengalami perubahan yang lebih menginginkan makanan praktis dan cepat saji, bukan hanya karena memberikan keuntungan yang sangat tinggi, namun juga karena makanan merupakan kebutuhan pokok setiap orang. Perubahan gaya hidup masyarakat sangat berpengaruh untuk membuka peluang usaha untuk menyediakan tempat makanan yang bersih dan nyaman untuk memenuhi kebutuhan konsumen di bidang *food and beverage*.

Salah satu dampak dari potensi keuntungan bisnis dibidang makanan dan minuman adalah usaha yang bergerak dibidang yang sama (Wulan, 2007:5). Pelayanan yang ramah dan tempat nyaman ketika mengkonsumsi makanan adalah salah satu aspek yang penting bagi pelaku usaha di bidang makanan dan minuman. Pengambilan keputusan pembelian dipengaruhi oleh

bagaimana perusahaan menarik perhatian pembeli, dan dipengaruhi oleh faktor-faktor diluar perusahaan. Pengambilan keputusan pembelian, konsumen akan dihadapkan terhadap berbagai alternatif pilihan seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, kenyamanan, harga dan informasi.

Salah satu makanan yang diminati kalangan masyarakat adalah bakso. Bakso adalah produk olahan berbahan dasar daging yang dihaluskan dan dicampur dengan bumbu-bumbu, tepung, dan kemudian dibentuk bulat. Bakso salah satu usaha yang cukup diminati oleh pelaku usaha dibidang makanan. Peluang bisnis bakso di Kabupaten Kebumen, merupakan reaksi dari banyaknya permintaan konsumen sehingga menciptakan peluang bisnis yang besar. Peluang ini mendorong banyaknya pelaku usaha baru dibidang makanan bakso yang bermunculan. Banyaknya penjual bakso menjadikan persaingan bisnis antar kuliner semakin ketat dalam mempertahankan konsumen agar tercapainya target usaha. Ada banyak cara yang dilakukan oleh pelaku bisnis untuk menentukan strategi pemasaran dan mempertahankan bisnisnya guna menarik hati para konsumen agar meningkatkan pembelian konsumen. Para pelaku usaha saat ini dituntut untuk melakukan inovasi produk seperti rasa, kualitas, bentuk, dan tampilan produk. Hal ini untuk menarik minat pelanggan melakukan pembelian ulang.

Keputusan pembelian ulang sangat erat kaitannya dengan konsep brand loyalty. Perilaku pembelian ulang adalah kegiatan pembelian yang dilakukan lebih dari satu kali atau beberapa kali. Sikap seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk baik berupa barang atau jasa yang telah

diyakini akan memuaskan dirinya dan kesediaan menanggung resiko yang mungkin ditimbulkannya. Menurut Schiffman, & Kanuk (2008) untuk memenangkan pasar diperlukan model acuan strategik dengan melalui pengetahuan yang lebih baik tentang perilaku pembelian dan pembelian ulang konsumen, sehingga dari upaya ini nantinya dapat diharapkan tercapainya sasaran pemasaran yang berupa peningkatan porsi pasar (*market share*). Berdasarkan penelitian terdahulu, keputusan pembelian ulang atau loyalitas dipengaruhi oleh sikap konsumen terhadap produk atau merek (Taylor & Hunter 2005). Selain melakukan inovasi dan pemasaran seorang pengusaha juga harus mempertahankan kualitas produk dan kualitas pelayanan agar dapat mempertahankan pasar agar konsumen atau pelanggan akan tertarik untuk melakukan pembelian ulang pada Bakso Tohir Putra Kutowinangun. Dimana keputusan konsumen melakukan pembelian ulang dipengaruhi oleh pemikiran dan pengetahuan informasi yang telah didapatkan.

Warung Bakso Tohir Putra adalah warung bakso yang terletak di Kecamatan Kutowinangun, Kabupaten Kebumen yang berdiri sejak tahun 1990. Persaingan bisnis warung bakso yang semakin ketat akan berpengaruh terhadap strategi pemasaran yang matang agar bisa mencapai kesuksesan. Berdasarkan survey pengamatan yang peneliti lakukan, strategi yang digunakan Warung Bakso Tohir Putra adalah meningkatkan kenyamanan terhadap konsumen dengan memperluas bangunan, meningkatkan kebersihan, dan kualitas pelayanan serta menyediakan fasilitas seperti kipas angin dan TV sehingga para konsumen merasa nyaman saat menikmati hidangan agar

konsumen menjadi loyal dan mendapat kesan yang baik terhadap produk Bakso Tohir Putra Kutowinangun. Seiring perkembangan zaman, inovasi produk bakso semakin berkembang dengan hadirnya bakso beranak, bakso telur, bakso mercon, dan bakso rusuk guna menarik minat dan mempertahankan pelanggan dalam pembelian ulang, namun hal ini berbeda dengan Bakso Tohir Putra Kutowinangun yang masih mempertahankan bentuk produk yang biasa tanpa melakukan inovasi, namun Bakso Tohir Putra Kutowinangun dapat mempertahankan konsumen hingga saat ini. Hal ini berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan menyatakan bahwa pelanggan memutuskan pembelian ulang karena kualitas produk, kualitas pelayanan dan rekomendasi dari keluarga dan teman, sehingga hal ini mempengaruhi keputusan pembelian ulang.

Tabel I - 1
Hasil Observasi

| No | Variabel | Jumlah Responden | Presentase |
|--------------|----------------------|------------------|-------------|
| 1 | Kualitas Produk | 12 | 40 % |
| 2 | Kualitas Pelayanan | 10 | 33% |
| 3 | <i>Word of Mouth</i> | 5 | 17% |
| 4 | Lokasi | 3 | 10% |
| Total | | 30 | 100% |

Sumber: Hasil Observasi Penulis 2022

Berdasarkan tabel 1.1 setelah melakukan observasi terhadap responden terdapat 4 variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian ulang pada Bakso Tohir Putra Kutowinangun. Skor terbanyak diperoleh pada Kualitas Produk dengan 12 responden, Kualitas Pelayanan memiliki skor 10 responden yang menjadikan konsumen memutuskan pembelian ulang pada Bakso Tohir Putra Kutowinangun karena pelayanan yang ramah dan cepat.

Berikutnya ada *Word of Mouth* dengan skor 5 responden yang mendapatkan info Bakso Tohir Putra Kutowinangun dari teman, saudara dan keluarga. Selanjutnya ada lokasi dengan skor yang paling sedikit dengan skor 3 yang tidak mempengaruhi keputusan pembelian ulang karena lokasi yang strategis namun tempat parkir yang kurang besar. Maka dari itu penulis memilih 3 variabel dengan skor terbanyak yaitu Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan *Word of Mouth*.

Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ulang di Bakso Tohir Putra Kutowinangun adalah kualitas produk, hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk adalah segala sesuatu yang diterima konsumen dalam proses pertukaran dengan produsen, berupa manfaat pokok, produk fisik, dan kemasannya serta elemen-elemen tambahan yang menyertainya. Selanjutnya hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Putra, dkk (2017), serta Ghassanni dan Suryoko (2017) membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sehingga semakin tinggi kualitas suatu produk, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen terhadap produk yang dimaksud, dan jika semakin rendah pula tingkat kepuasan konsumen terhadap produk yang dimaksud. Dengan kualitas produk yang baik konsumen akan terpenuhi keinginan dan kebutuhannya akan suatu produk (Riky F. Windoyo, 2009:3).

Kualitas pelayanan sangat mempengaruhi keputusan pembelian ulang karena bagi perusahaan yang bergerak dibidang makanan kualitas pelayanan merupakan hal yang penting dengan menerapkan sopan santun, ramah tamah,

kecepatan dan ketetapan waktu. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Harjati dan Venesia (2015) serta Pastikarani dan Astuti (2016) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hal tersebut, semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen, dan jika semakin rendah kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, maka semakin rendah pula tingkat kepuasan konsumen tersebut. Kualitas pelayanan yang memuaskan konsumen akan memberikan dampak yang baik bagi warung bakso karena konsumen akan berfikir untuk melakukan pembelian ulang di tempat tersebut dan akan merekomendasikan kepada teman dan keluarga melalui proses pemasaran *word of mouth*.

Word of mouth merupakan elemen penting dari alat pemasaran untuk menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan dan mendapatkan keunggulan kompetitif dari para pesaing dimana *word of mouth* berasal dari suatu bentuk yang timbul secara alamiah dan tidak didesain oleh perusahaan (Pratiwi, 2017). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Chrisnaldi Arif (2012) menjelaskan bahwa *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang. Dari seluruh media promosi yang ada, *word of mouth* adalah suatu aktifitas promosi yang tingkat pengendaliannya sangat rendah tetapi memberikan dampak yang sangat luar biasa terhadap produk atau jasa perusahaan. Sebagian besar, *Word of Mouth* terjadi secara alami, konsumen mulai dengan membicarakan sebuah merek yang mereka gunakan kepada orang lain (Kotler & Amstrong 2012). Secara tidak langsung

ajakan dari teman dekat atau dari orang lain membuat konsumen baru menjadi penasaran akan rasa bakso yang dijual dan terdorong niat untuk ingin membeli kuliner tersebut.

Tingkat keputusan pembelian terhadap produk, barang, atau jasa akan menggambarkan tingkat keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produknya. Persaingan yang begitu ketat membuat usaha untuk memuaskan konsumen menjadi sangat sulit karena dipengaruhi oleh perubahan lingkungan sosial, perilaku konsumen, serta tingkat pertumbuhan ekonomi yang semakin tinggi. Maka hal ini Warung Bakso Tohir Putra Kutowinangun, dituntut untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kinerja perusahaan atau UMKM agar dapat meningkatkan penjualan dan konsumen dapat dipertahankan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG BAKSO TOHIR PUTRA KUTOWINANGUN”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang Bakso Tohir Putra Kutowinangun?

2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang Bakso Tohir Putra Kutowinangun?
3. Apakah *Word of Mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang Bakso Tohir Putra Kutowinangun?
4. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan *word of mouth* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian ulang Bakso Tohir Putra Kutowinangun?

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini difokuskan untuk pada permasalahan yang akan diangkat sebagai hasil dan topik yang akan diteliti pada masyarakat di Kecamatan Kutowinangun dan sekitarnya. Agar dalam pembahasan masalah tidak menyebar luas dan menyimpang dari tujuan, maka perlu adanya batasan masalah sebagai berikut:

1. Responden penelitian ini pembeli Bakso Tohir Putra di Kutowinangun dan sekitarnya.
2. Usia responden minimal 17 tahun dengan alasan sudah dapat memberikan pendapat yang obyektif.
3. Variabel yang diteliti Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan *Word of Mouth* dan Keputusan Pembelian Ulang.

- a. Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2010) kualitas produk adalah karakteristik sebuah produk atau jasa yang memberikan kemampuan untuk mencukupi kebutuhan pelanggan. Menurut Qin *et al* (2009)

kualitas produk pada bidang makanan (*food and beverage*) memiliki empat dimensi, antara lain: *Freshness* (kesegaran), *Presentation* (penyajian), *Well cooked* (kematangan), dan *Variety of Food* (keanekaragaman makanan).

b. Kualitas Pelayanan

Menurut Fandy Tjiptono (2017), kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai pelanggan. Lalu menurut Zeithmal, Parasuraman dan Berry dalam Hardiansyah (2011) ada indikator kualitas pelayanan terletak pada lima dimensi, yaitu: Bukti fisik (*tangibles*), Realibilitas (*reability*), Daya Tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*empaty*).

c. *Word of Mouth*

Menurut Kotler dan Keller (2018) *word of mouth* adalah suatu aktivitas pemasaran antara orang ke orang baik secara lisan, tulisan, maupun melalui media komunikasi elektronik yang terhubung internet yang didasari oleh pengalaman atas produk atau jasa. Adapun indikator yang mengacu pada penelitian Rachman dan Abadi (2017) dan juga Maisam dan Mahsa (2016) yaitu: 1. Merundingkan peristiwa yang terjadi ketika mengunjungi dan merasakan kuliner tentang produk, lokasi, dan pelayanan, 2. Menyarankan produk kepada orang lain, 3. Membagikan

pengalaman pribadi tentang merek, 4. Berbicara positif mengenai produk dan merek.

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Bakso Tohir Putra Kutowinangun” adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian ulang pada Bakso Tohir Putra Kutowinangun.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian ulang pada Bakso Tohir Putra Kutowinangun.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Word of Mouth* terhadap keputusan pembelian ulang pada Bakso Tohir Putra Kutowinangun.
4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan *Word of Mouth* terhadap keputusan pembelian ulang pada Bakso Tohir Putra Kutowinangun.

1.5. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian atau pembuatan karya tulis diharapkan dapat memberikan manfaat dan berguna bagi para pembaca, pemerhati, atau lembaga yang terkait langsung. Penulis menyatakan bahwa ada dua manfaat yakni manfaat secara teoritis dan manfaat praktis, manfaat yang diharapkan adalah:

1. Manfaat Teoritis

Sebagai penerapan ilmu yang telah diserap selama perkuliahan. Dengan ini penulis diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Ulang.

2. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, masukan dan tambahan pengetahuan tentang Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Ulang khususnya untuk Bakso Tohir Putra Kutowinangun.