

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Manajemen pemasaran Merupakan hal terpenting untuk diperhatikan dalam menjalankan roda bisnis, baik perusahaan dibidang perdagangan maupun perusahaan jasa. Dengan menerapkan strategi pemasaran tersebut dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas sebuah produk dan jasa sehingga akan memberikan kepuasan tersendiri kepada para konsumen dan dapat mempertahankan siklus hidup sebuah persahaan. Di samping menerapkan strategi pemasaran yang jitu, seorang *entrepreneur* khususnya yang berjalan di bidang kuliner harus mampu memperhatikan beberapa aspek penting yang dapat mempengaruhi usaha itu sendiri, seperti halnya kualitas pelayanan yang baik, dan Lokasii tempat Usaha yang sangat strategis dan nyaman, serta Fasilitas yng memadahi, dan Harga yang sehat yang bisa bersaing, semua aspek tersebut dapat mempengaruhi ketertarikan dan minat pengunjung terhadap tempat tersebut. Amirrullah (2015:10) berpendapat bahwa manajemen pemasaran merupakan sebuah kegiatan manajemen yang berfungsi untuk mengidentifikasi setiap apa yang menjadi kebutuhan para konsumen serta bagaimana caranya agar semua kebutuhan konsumen dapat di penuhi dan diwujudkan.

Di erra industri 4.0 ini bisa dikatakan sebagai sebuah kompetisi yang sangat ketat untuk dapat bisa bersaing, karena jumlah produk baik perusahaan bergerak dibidang dagang maupun perusahaan jasa yang bersaing sudah sngat banyak sekali, dengan demikian konsumen dapat memiliki berbagai ragam pilihan yang dapat mempengaruhi penilaian mereka kedepannya untuk tetap memilih tempat tersebut sebagai tempat berkunjung karena dianggap tempat itu menarik dan nyaman atau sebaliknya akan memilih tempat lain sebagai alternatif

terbaik mereka. Menurut Lupiyadi (2013:121) perusahaan jasa merupakan sebuah perusahaan yang mampu memberikan pengalaman – pengalaman baru serta kesan positif untuk para konsumen. Hal inilah yang akan menjadikan tantangan tersendiri bagi perusahaan - perusahaan agar menerapkan manajemen pemasaran yang jitu dan tepat sasaran.

Saat ini sebuah bisnis yang menjadi persaingan ketat adalah sebuah bisnis yang berjalan dibidang kuliner, baik itu Restoran, cafe, angkringan, ataupun Warkop. Karena bisnis kuliner tersebut bisa dikatakan sebagai bisnis yang sangat menjanjikan karena sudah masuk sebagai kebutuhan pokok manusia atau kebutuhan yang harus tepenuhi dan tidak bisa di tunda keberadaannya.

Dalam hal ini peneliti melakukan penelitian di sebuah angkringan Berkah yang tidak lain adalah milik peneliti sendiri yang berada di Jl. Kolonel Sugiono – Kureksari – Waru – Sidoarjo. Alasan peneliti menggunakan Angkringan sendiri adalah untuk mempermudah proses penelitian dan untuk mengetahui bagaimana respon dan pendapat para konsumen terhadap angkringan Berkah yang nantinya hasil tersebut sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi kedepan untuk kedepannya agar bisa lebih baik lagi. Dalam hal ini peneliti akan memakai beberapa Variabel yang terdiri dari 4 (empat) Variabel Terikat (X) yaitu Lokasi ( $X_1$ ), Fasilitas ( $X_2$ ), Harga ( $X_3$ ), dan Pelayanan ( $X_4$ ) dan satu Variabel Bebas yaitu Minat Pengunjung (Y) yang nantinya akan di bahas dalam penelitian di Angkringan Berkah di Jl. Kolonel Sugiono – Kureksari – Waru – Sidoarjo.

Lokasi memiliki peran yang penting dalam menjalankan proses jual-beli antar penjual dan pembeli dimana arus uang akan terus mengalir, dan terjadinya negosiasi antar keduanya. Lokasi juga menjadi tempat perusahaan dalam menjalankan sebuah strategi dalam merencanakan serta memasarkan dari produk ataupun jasa demi mendapatkan sebuah keuntungan. Menurut Bwerox

dan coper dalam Setyaningrum (2015:158) mengatakan bahwa “Proses distribusi lokasi pemasarn merupakan sebuah struktural bisnis dari beberapa organisasi yang saling berkaitan, dimulai dari sebuah tempat untuk proses produksi sampai ke tempat penjualan terakhir dengan tujuan untuk mmindahkan produk dari perusahaan tempat produksi kepada para konsumen pribadi atau pengguna”.

Fasilitas adalah suatu bentuk kebendaan yang memiliki fungsi tambah dalam suatu produk ataupun jasa agar sebuah produk atau jasa memiliki nilai lebih, sebagai contoh untuk fasilitas layanan jasa memiliki beberapa hal yang harud di perhatikan, antara lain Kondisi, kerapian, kebersihan dan fungsi fasilitas, kemudian menggunakan fasilitas serta kelengkapan yang ditawarkan oleh tempat tersebut. Menurut Tjuptono dan Gregorius (2016:184) fasilitas merupakan bentuk fisik dari sebuah ekterior dan interior suatu tempat yang disediakan oleh pelaku usaha kepada para konsumen atau pelanggan dengan tujuan memberikan rasa aman dan nyaman. Fasilitas juga di anggap sangat berpengaruh sekali terhadap minat pengunjung, karena jika sebuah fasilitas dalam sebuah tempat sangat mendukung, maka tingkat minat datang pengunjung juga sangat tinggi sekali.

Harga sangat berperan penting terhadap keputusan pembelian para konsumen dalam membeli sebuah Produk ataupun jasa, karena harga menjadi penentu keberhasilan sebuah perusahaan dalam menjalankan startegi pemasarannya terhadap produk ataupun jasa yang di tawarkannya. Menurut Almaa (2018:169) Harga merupakan nilai sebuah produk yang dapat di tukar dngan produk lainnya. Nilai tersebut juga bisa dilihat saat kondisi barter atau pertukaran antar barang. namun untuk saat ini tradisi barter sudah jarang dilakukan bahkan sudah ditinggalkannya, akan tetapi digantikan dengan menggunakan uang sebagai alat ukuran yang disebut dengan harga. Akan tetapi

terkadang sebagian pengunjung akan melihat antara Harga dengan Fasilitas dan pelayanan yang diberikan di tempat tersebut sudah sesuai ataukah belum.

Pelayanan juga merupakan hal terpenting dalam sebuah bisnis atau usaha, karena pelayanan akan berhadapan langsung dengan para pelanggan, karena jika suatu tempat memiliki pelayanan yang kurang baik, maka akan berkurang juga nilai pada tempat tersebut, sehingga akan membuat para konsumen bisa menilai apakah pelayanan yang diharapkan sudah sesuai ataukah belum, kualitas pelayanan merupakan bentuk nyata dari sebuah perusahaan untuk mengukur seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap para konsumen, kualitas pelayanan dapat dilihat bagaimana SDM dalam sebuah perusahaan bisa berjalan dengan baik. Menurut Kotler dan Keller (2016:36) pelayanan merupakan tindakan yang di berikan dan di tawarkan oleh suatu pihak ke pihak lainnya yang tidak memiliki wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

Minat beli adalah sebuah dorongan untuk membeli sebuah produk yang di dianggapnya sebagai suatu kebutuhan yang dapat dipengaruhi oleh faktor – faktor tertentu. Menurut Kotler dan Keller (2016:15) minat merupakan suatu dorongan motivasi untuk merangsang secara kuat bagian internal untuk mempengaruhi sebuah tindakan, yang mana sebuah dorongan tersebut dipengaruhi oleh lingkungan serta perasaan positif pada suatu *Brand*.

Dari penjelasan di atas, Penulis ingin membuat sebuah penelitian dengan menggunakan judul **“Pengaruh Lokasi, Fasilitas, Harga, dan Pelayanan terhadap Minat Beli di Angkringan Berkah Waru - Sidoarjo”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Dari Latar belakang serta Pemberian Judul di atas, maka dapat diambil beberapa rumusan masalah, antara lain:

1. Apakah Variabel Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli di Angkringan Berkah Waru – Sidoarjo?
2. Apakah Variabel Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli di Angkringan Berkah Waru – Sidoarjo?
3. Apakah Variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli di Angkringan Berkah Waru – Sidoarjo?
4. Apakah Variabel Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli di Angkringan Berkah Waru – Sidoarjo?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan Rumusan masalah yang sudah di ambil berdasarkan latar belakang di atas maka terdapat beberapa tujuan penelitian anatar lain:

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan variabel Lokasi terhadap Minat Beli di Angkringan Berkah Waru – Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan variabel Fasilitas terhadap Minat beli di Angkringan Berkah Waru – Sidoarjo.
3. Untuk mengetahui pengaruh signifikan variabel Harga terhadap Minat Beli di Angkringan Berkah Waru – Sidoarjo.
4. Untuk mengetahui pengaruh signifikan variabel Pelayanan terhadap Minat Beli di Angkringan Berkah Waru – Sidoarjo.

### **1.1. Manfaat Penelitian**

#### **a. Aspek Akademis**

Manfaat dalam penelitian ini sendiri adalah sebagai tugas Akhir untuk mendapatkan gelar sebagai Sarjana (S1) dalam bidang Ilmu Mnajemen Ekonomi atau Sarjana Manajemen Ekonomi. Penelitian ini dapat dijadikan untuk bahan referensi penelitian dimasa mendatang sebagai pengetahuan tambahan dalam menyusun dan mengembangkan

wawasan berdasarkan teori dan penelitian yang sudah di uji kebenarannya.

b. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Harapan Penulis sendiri semoga penelitian ini memberikan kontribusi serta dampak positif untuk pengembangan ilmu dalam bidang Ilmu Ekonomi Manajemen khususnya ilmu Pengembangan Manajemen Sumber Daya Manusia dalam menciptakan SDM yang kompetien yang handal dan profesional dalam ruang Lingkup kerja sebuah perusahaan.

c. Aspek Praktis

Penulis juga berharap semoga dalam penelitian mampu memberikan nilai positif serta kontribusi terhadap kemajuan perusahaan, agar perusahaan dapat mengevaluasi dan menerapkan kebijakan dalam pengambilan keputusan dimasa mendatang.