

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar belakang**

Indonesia dikenal sebagai negara yang memiliki banyak budaya, salah satunya adalah budaya kuliner. Indonesia memiliki beragam makanan, dari tradisional hingga modern, makanan tradisional adalah makanan yang dimakan masyarakat dan resepnya diturunkan dari generasi ke generasi serta memiliki ciri khas di setiap daerah. Contohnya seperti rendang, kecap, sate, dll. Menteri Keuangan Sri Mulyani mengingatkan bahwa setiap daerah memiliki keunikan kulinernya masing-masing. Kekhasan ini bisa menjadi daya tarik karena rasa dan memori di dalamnya. (Adminlina, 2021).

Perkembangan industri kuliner Indonesia pada dasarnya sudah mulai berkembang di berbagai daerah, dengan segala macam varian kulinernya. Salah satu usaha kuliner di kawasan Kelapa Gading, Jakarta Utara adalah Bubur Ayam Mayong yang merupakan industri kreatif dengan adanya nilai tambah produk yang diberikan lewat kreativitas yang dimiliki oleh pelaku industri kuliner, seperti kreasi cara pengolahan, resep, dan cara penyajiannya.

Setiap industri memegang peranan penting dalam kegiatan perekonomian dan pembangunan nasional. Dilihat dari beberapa kelompok industri dalam perekonomian dan pembangunan nasional, kelompok industri makanan dan minuman telah menjadi industri yang sangat penting dibandingkan dengan industri lainnya. Berkaitan dengan itu, perlu diupayakan peningkatan daya saing industri pangan dengan mendorong pengembangan inovasi di industri tersebut. Saat ini muncul fenomena baru di masyarakat, dan para pengusaha mulai melebarkan sayapnya di industri kuliner. Selain itu, industri katering kini menjadi salah satu tren yang diminati para pengusaha. Meski butuh usaha untuk membuka industri katering, banyak usaha kecil, menengah, dan mikro yang sukses di bidang makanan, banyak pesaing. Salah satu Toko makanan Bubur Ayam Mayong berada di Jl. Boulevard Timur Raya (Samping Bank BCA) Kelapa Gading, Jakarta Utara. Berdasarkan data yang bersumber dari official TikTok Bubur Ayam Mayong ini

sangat ramai pengunjung hanya ingin mencicipi Bubur Ayam Mayong ini yang terkenal porsi yang jumbo.

Keberlangsungan sebuah usaha serta bisnis, umumnya sangat bergantung pada berbagai faktor pada sisi pelanggan, terutama terkait keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan. Dengan adanya keputusan pembelian dan terpenuhinya kepuasan, maka akan berdampak pada adanya peningkatan pembelian. Menurut Prasetyaningsih & Astini (2016) bahwa keputusan pembelian merupakan salah satu bagian pokok dalam perilaku konsumen yang mengarah kepada pembelian produk atau jasa. Dalam membuat sebuah keputusan pembelian, konsumen tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi dan memotivasi konsumen untuk melakukan pembelian. Dari beberapa faktor tersebut, maka konsumen akan melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Dalam upaya mendorong peningkatan kuantitas pembelian oleh pelanggan, Bubur Ayam Mayong juga menggunakan media sosial sebagai media promosi dalam menjalankan usahanya. Promosi melalui media sosial dengan dinaungi oleh perusahaan dan produk yang sudah terpercaya dapat mempengaruhi keputusan pembelian sebagai produk pilihan pertama dibandingkan dengan produk lain Alhuda *et al.*, (2019).

Kehadiran media sosial dalam pemasaran era digital bisa dilihat dari dua sisi, yakni sisi pengiklan dan sisi pengguna media sosial. Dari sisi pengiklan, media sosial memberikan tawaran dengan konten yang beragam. Iklan tidak hanya bisa diproduksi dalam bentuk teks, tetapi juga audio, visual, sampai audio visual. Produksi iklan dan pemanfaatan media sosial juga cenderung membutuhkan biaya yang lebih murah. Tidak hanya itu, target terhadap calon konsumen juga bisa ditentukan berdasarkan prosedur dari perangkat yang ada di media sosial (Rulli, 2015:161).

Rosyad & Jurnia (2015) mempelajari hubungan antara beriklan di media sosial dengan minat beli, dan hasilnya menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara beriklan di media sosial dengan minat beli konsumen. Pada saat yang sama, kepuasan pelanggan juga merupakan faktor penting untuk dipertimbangkan oleh badan usaha atau perusahaan. Pemenuhan

kebutuhan konsumen merupakan keinginan setiap perusahaan. Memuaskan kebutuhan konsumen, selain menjadi faktor penting bagi kelangsungan hidup suatu usaha, juga dapat meningkatkan keunggulan bersaing. Konsumen yang puas dengan produk dan layanan cenderung membeli kembali produk dan menggunakan kembali layanan di masa depan ketika kebutuhan yang sama muncul lagi.

Berdasarkan survei yang saya temukan dilapangan Bubur Ayam Mayong adalah salah satu makanan legendaris yang berlokasi di kelapa gading, jakarta utara. Soal rasa sudah terkenal dari dulu di kalangan para pecinta kuliner bubur ayam. Toppingnya sendiri terdiri dari cakue, kacang kedele, daun bawang, suwiran ayam, kuah kaldu, bawang goreng, dan kerupuk. Toppingnya beragam sehingga buburnya tertutup oleh topping tersebut, tetapi rasa dari huburnya tidak kalah jauh enakya. Mereka juga menyediakan sate, seperti sate usus, telur muda, ati ampela, telur puyuh, jantung. Bubur Ayam daya tarik dari Bubur Ayam Mayong mampu menarik *food vlogger*, *selebgram*, dan artis untuk mencoba langsung datang ke Bubur Mayong maka, ini menjadi peluang yang besar bagi bubur mayong untuk meningkatkan citra bubur mayong yang memiliki rasa yang sangat enak dengan begitu ada istilah dari tiktok dengan #FYP Bubur Mayong yang isi kontennya mengenai review makanan Bubur Mayong. Bubur Ayam Mayong menjual produknya secara *online* maupun *offline* dengan mengandalkan aplikasi transportasi *online*. Namun demikian menurut peneliti, pengelola Bubur Ayam Mayong kurang memperhatikan aspek tempat makannya, karena kurang penerangan. Tempat makan sedikit gelap dan hanya menyediakan bangku saja. Hal ini menyebabkan sebagian konsumen memilih untuk makan di dalam mobil mereka, karena lebih nyaman atau lebih memilih untuk dibawa pulang.

Peneliti menemukan fakta bahwa konsumen rela mengantri terlebih dahulu sebelum gerobak bubur ayam mayong datang, yang uniknya konsumen rela datang membawa mobil dan jika ingin makan di tempat konsumen makan di dalam mobil pribadi tersebut, ketika konsumen membutuhkan bantuan karyawan untuk penambahan toping atau bumbu dengan cepat mereka melayani.

Kualitas Pelayanan menurut Kotler dan Keller (2018:156) Kualitas Pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Ini jelas merupakan definisi yang berpusat pada pelanggan. Kita dapat mengatakan bahwa penjual telah memberikan kualitas setiap kali produk atau layanannya memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.

Kualitas Bubur Ayam Mayong sangat diperhatikan agar konsumen merasa puas dengan kualitas Bubur Ayam Mayong. Kualitas produk menurut Kotler dan Keller (2018:143) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan tersirat. Rasa puas yang ada akan berdampak baik kepada usaha karena konsumen berpeluang besar untuk merekomendasikannya kepada orang lain yang dapat menguntungkan usaha tersebut. Produk yang baik akan banyak digemari konsumen.

Promosi menurut Kotler & Keller (2018:47) Promosi berasal dari kata *promote* yang dalam Bahasa Inggris diartikan sebagai mengembangkan atau meningkatkan pengertian tersebut jika dihubungkan dengan bidang penjualan berarti sebagai alat untuk meningkatkan omzet penjualan. Promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya.

Proses Keputusan pembelian menurut Kotler & Keller (2018:184) yaitu Proses psikologi dasar memainkan peranan penting dalam memahami bagaimana konsumen benar-benar membuat keputusan pembelian mereka.

Kepuasan konsumen menurut Kotler & Keller (2018:138-139) Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka, jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas, jika kinerja sesuai dengan ekspektasi maka pelanggan puas.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang penelitian tentang apakah kualitas pelayanan, promosi, dan kualitas produk berpengaruh kepuasan konsumen yang dimediasi oleh kepuasan konsumen bubur ayam mayong.

## **1.2. Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap proses keputusan pembelian?
2. Apakah promosi berpengaruh langsung terhadap proses keputusan pembelian?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh langsung terhadap proses keputusan pembelian?
4. Apakah proses keputusan pembelian berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen?
5. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen?
6. Apakah kualitas produk berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen?
7. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh tidak langsung terhadap kepuasan konsumen yang dimediasi oleh keputusan pembelian?
8. Apakah promosi berpengaruh tidak langsung terhadap kepuasan konsumen yang dimediasi oleh proses keputusan pembelian?
9. Apakah kualitas produk berpengaruh tidak langsung terhadap kepuasan konsumen yang dimediasi oleh proses keputusan pembelian?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap proses keputusan pembelian
2. Untuk mengetahui pengaruh langsung promosi terhadap proses keputusan pembelian
3. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas produk terhadap proses keputusan pembelian
4. Untuk mengetahui pengaruh langsung proses keputusan pembelian terhadap kepuasan konsumen

5. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
6. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas produk terhadap kepuasan konsumen
7. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang dimediasi oleh proses keputusan pembelian
8. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung promosi terhadap kepuasan konsumen yang dimediasi oleh proses keputusan pembelian
9. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung kualitas produk terhadap kepuasan konsumen yang dimediasi oleh proses keputusan pembelian

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti adalah sebagai berikut:

##### **1. Bagi Peneliti**

Manfaat bagi peneliti untuk memperoleh pengetahuan mengenai dampak pengaruh keputusan pembelian, kepuasan konsumen, kualitas produk, kualitas pelayanan

##### **2. Bagi Perusahaan**

Manfaat yang diperoleh diharapkan mampu memberikan pengetahuan sehingga mampu meningkatkan penjualan bubur Ayam Mayong Kelapa Gading Jakarta Utara.

##### **3. Bagi Konsumen**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen bagi para pelanggan bubur ayam mayong

##### **4. Bagi Peneliti Lain**

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan tambahan bahan referensi bagi peneliti selanjutnya, jika tertarik melakukan penelitian yang sama dengan menggunakan judul/tema mengenai pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen yang dimediasi oleh keputusan pembelian.