

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di dalam dunia bisnis semakin lama semakin berkembang, dimana perkembangan pesat tersebut juga mengalami metamorfosis yang berkesinambungan. Perkembangan bisnis tersebut juga mengakibatkan adanya perubahan pola dan cara para pesaing dalam mempertahankan bisnisnya. Oleh karena itu, setiap pelaku bisnis dituntut memiliki kepekaan terhadap perubahan kondisi persaingan bisnis yang terjadi dilingkungannya dan menempatkan orientasi terhadap kemampuan untuk menarik keputusan pembeli agar mampu berhasil dalam menjalankan usaha-usahanya. Cara yang dilakukan untuk mencapai keberhasilan dalam menjalankan suatu bisnis salah satunya dengan melakukan kegiatan pemasaran. (Kotler, 2016:78)

Setiap perusahaan atau suatu usaha kecil berlomba lomba untuk menarik minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Minat beli konsumen dapat dipengaruhi oleh kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Menurut (Kotler & Armstrong, 2012: 86) Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Selain kualitas produk, Kualitas pelayanan yang baik dengan waiters atau pelayan toko yang memberikan pelayanan yang baik, berpakaian rapi, cepat, tanggap akan meningkatkan minat konsumen membeli ulang karena konsumen merasa nyaman apabila berada di rumah makan tersebut.

Melihat berkembangnya warung geprek di Purwodadi ini, maka para pemilik warung geprek itu sendiri harus bisa unggul dalam persaingan antar warung geprek. Untuk itulah para pemilik harus mempunyai keunggulan dibandingkan para kompetitor lain dan mempunyai nilai lebih di mata konsumen mereka sendiri. Selain itu warung geprek menetapkan standar-standar operasional untuk mendapatkan dan mempertahankan kualitas produknya. Perusahaan perlu mengadakan standar operasional perusahaan untuk mencapai kualitas produk. Diantaranya adalah jenis dan jumlah bahan baku, lama proses pembuatan, dan peralatan yang digunakan.

Kualitas pelayanan juga berperan penting dalam menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Dengan kualitas pelayanan yang memuaskan, akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian produk yang bersangkutan ataupun untuk melakukan pembelian ulang (Azhar, et al., 2019). Jika suatu perusahaan mampu memberikan pelayanan yang baik, secara langsung atau tidak langsung, citra layanannya akan tersebar luas karena kepuasan yang dirasakan pelanggannya akan disampaikan pelanggan yang satu ke pelanggan lainnya secara berantai (Azhar, et al., 2018)

Semakin berkembangnya warung geprek ini menunjukkan bahwa konsumsi ayam geprek di Indonesia khususnya di Kota Purwodadi semakin tinggi dan persaingan semakin ketat. Oleh karena itu semakin banyaknya warung geprek yang muncul membuat para pemilik warung geprek sendiri harus unggul di dalam persaingan dari berbagai aspek seperti, kualitas produk yang baik, maupun kualitas pelayanan yang optimal. Keunggulan bersaing yang berkelanjutan adalah

keunggulan bersaing yang di harapkan sehingga bisa menopang dan mengatasi ancaman-ancaman dari kompetitor lainnya. kemampuan perusahaan untuk mengoptimalkan semua sumber daya yang dimilikinya guna memproduksi produk yang lebih baik dari pesaing dalam segala hal sehingga konsumen merasa puas dan pangsa pasar perusahaan semakin luas (Tirtayasa, 2017:67).

Kualitas produk juga harus di perhatikan oleh para pengusaha warung geprek. Karena kualitas produk adalah salah satu faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing sebuah perusahaan, karena ketika konsumen membeli suatu produk tentu mereka akan mempertimbangkan kualitas makanan tersebut. Konsumen akan merasa kecewa dan tidak puas jika harga yang mereka bayarkan tidak sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Kualitas pelayanan juga menjadi faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing sebuah warung geprek,

Pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh sangat besar yang mana pelanggan menilai seberapa baik pelayanan yang diterima dengan membandingkan apa yang diharapkan atau yang diinginkan dari pelanggan tersebut. menyiapkan kualitas pelayanan sebaik mungkin perlu dilakukan untuk dapat menghasilkan kinerja secara optimal, sehingga kualitas pelayanan dapat meningkat, dimana yang penting untuk dilakukan adalah kemampuan membentuk layanan yang dijanjikan secara tepat dan memiliki rasa tanggung jawab terhadap mutu pelayanan, serta perhatian pada pelanggan. Oleh karena itu agar perusahaan memiliki *competitive advantages* (keunggulan bersaing) pengusaha harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing. Meningkatkan minat beli, kualitas produk, dan kualitas pelayanan adalah langkah yang harus diambil oleh

pengusaha warung geprek untuk meningkatkan keunggulan bersaing mereka.

Karena kualitas produk adalah salah satu faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing sebuah perusahaan, karena ketika konsumen membeli suatu produk tentu mereka akan mempertimbangkan kualitas masakan geprek tersebut (Gultom, 2017). Konsumen akan merasa kecewa dan tidak puas jika harga yang mereka bayarkan tidak sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Dengan menaikkan kualitas produk, maka perusahaan akan memiliki keunggulan bersaing dibandingkan perusahaan lain yang tidak melakukan hal tersebut.

Kualitas pelayanan juga menjadi faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing sebuah warung geprek. Menurut Kotler dan Keller (2016:50) kualitas pelayanan adalah suatu pernyataan tentang sikap terhadap perbandingan antara harapan dengan kinerja. Pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh sangat besar yang mana pelanggan menilai seberapa baik pelayanan yang diterima dengan membandingkan apa yang diharapkan atau yang diinginkan dari pelanggan tersebut.

Research Gap

No	Judul	Hasil Penelitian dan Saran Penelitian Lanjutan
1.	PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELIULANG BANDENG JUWANA VACCUM MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA PELANGGAN PT. BANDENG	<p>hipotesis pertama yang berbunyi “Diduga ada pengaruh antara kualitas produk (X1) terhadap kepuasan konsumen (Z)” diterima.</p> <p>hipotesis kedua yang berbunyi “Diduga ada pengaruh antara harga (X2) terhadap kepuasan konsumen (Z)” diterima</p> <p>hipotesis ketiga yang berbunyi “Diduga ada pengaruh antara</p>

	<p>JUWANA ELRINA SEMARANG) Oleh: Mahyarani Tiara Ghassani Hal 1-8</p>	<p>kepuasan konsumen (Z) terhadap minat beli ulang (Y)” diterima hipotesis keempat yang berbunyi “Diduga ada pengaruh antara kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap kepuasan konsumen (Z)” diterima hipotesis kelima yang berbunyi “Diduga ada pengaruh antara kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap minat beli ulang (Y)” diterima. hipotesis keenam yang berbunyi “Diduga ada pengaruh antara kualitas produk (X1) terhadap minat beli ulang (Y) melalui kepuasan konsumen (Z)” diterima. hipotesis ketujuh yang berbunyi “Diduga ada pengaruh antara harga (X2) terhadap minat beli ulang (Y) melalui kepuasan konsumen (Z)” diterima.</p>
2.	<p>PENGARUH INOVASI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING (Suatu Studi pada Warung Geprek Geulis Tasikmalaya) Oleh : Winda Ayu Lestari, Apri Budianto, Iwan Setiawan Volume 2, Nomor 1 Maret 2020</p>	<p>1. Inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, maka dengan demikian hipotesis yang diajukan inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing dapat diterima karena teruji kebenarannya. 2. kualitas produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, maka dengan demikian hipotesis yang diajukan kualitas produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing teruji kebenarannya. 3. Maka dengan demikian hipotesis yang diajukan inovasi dan kualitas produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing diterima karena telah teruji kebenarannya</p>
3.	ANALISIS PENGARUH	Semua hipotesis di dalam penelitian

	<p>KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN (Studi pada Warung Makan "Bebek Gendut" Semarang) Oleh: Faradiba, Sri Rahayu Tri Astuti Volume 2, Nomor 3</p>	<p>ini dapat diterima. Kelima variabel memiliki pengaruh positif terhadap minat beli ulang konsumen. Yang memiliki pengaruh paling tinggi adalah kualitas produk, kemudian diikuti lokasi, kualitas pelayanan dan harga</p>
4.	<p>PENGARUH SISTEM INFORMASI PEMASARAN, KUALITAS PELAYANAN DAN LOYALITAS TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING JATIM PARK GROUP Oleh : 1. Syarif Hidayatullah 2. Ryan Gerry Patalo 3. Achmad Firdianjah 4. Abdul Waris</p>	<p>memiliki pengaruh langsung terhadap keunggulan bersaing (Y) namun system informasi pemasaran (X1) memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing (Y) melalui loyalitas pelanggan (Z) dengan pengaruh total sebesar 0,274. Selanjutnya Kualitas pelayanan (X2) berpengaruh secara langsung terhadap keunggulan bersaing (Y) namun kualitas pelayanan (X2) tidak memiliki pengaruh terhadap Keunggulan Bersaing jika melalui loyalitas pelanggan (Z). dari hasil tersebut juga diketahui bahwa loyalitas pelanggan (Z) berpengaruh terhadap keunggulan bersaing (Y).</p>
5.	<p>PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN MINAT BELI PERUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING WARUNG UPNORMAL SIDOARJO</p>	<p>Pada Variabel kualitas pelayanan (X1) mempunyai pengaruh yang positif dan juga signifikan pada keunggulan bersaing sehingga pada nilai t_{hitung} sekitar 3,383 dapat dikatakan lebih besar dari t_{tabel} yaitu sekitar 1,98472 oleh sebab</p>

	<p>Oleh : Fariska Hariana Vol. 2, No. 2</p>	<p>itu menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan juga signifikan pada kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing.</p> <p>2. Pada Variabel citra perusahaan (X2) mempunyai pengaruh yang positif dan juga signifikan pada keunggulan bersaing sehingga pada nilai t_{hitung} sekitar 7,438 dapat dikatakan lebih besar dari t_{tabel} yaitu sekitar 1,98472 sehingga adanya pengaruh yang positif dan juga signifikan terhadap minat beli pada keunggulan bersaing.</p> <p>3. Pada Variabel kualitas pelayanan dan juga pada minat beli perusahaan memberikan pengaruh simultan pada keunggulan bersaing karena memperoleh nilai F_{hitung} sekitar 61,684 dengan nilai signifikansi yaitu sekitar 0,000. Sedangkan Nilai F_{hitung} dinyatakan lebih besar dari F_{tabel} yaitu sekitar 3,09 sehingga hipotesis diterima.</p>
6.	<p>Food Quality, Service Quality, Price Fairness and Restaurant Re-Patronage Intention: The Mediating Role of Customer Satisfaction</p> <p>Oleh :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dahlan Abdullah 2. Norhamizan Hamir 3. Norfezah Md Nor 4. Jayaraman Krishnaswamy 5. Ainatul Mardhiah Mohamed Rostum <p>Volume 2 no 1</p>	<p>Dalam studi ini, -kualitas makanan (FQ) ditemukan memiliki hubungan yang signifikan kepuasan (SAT). Hal ini dikarenakan sebagian besar responden merasa puas dengan kualitas makanan yang disajikan didukung oleh nilai kemanfaatan. Penelitian sebelumnya menunjukkan hal itu dari pelanggan</p> <p>Perspektif, kualitas makanan adalah penentu utama kepuasan pelanggan dan niat patronase kembali.</p> <p>- Selain itu, kualitas layanan (SQ) terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan</p>

		<p>(SAT). Itu angka t-value lebih rendah dibandingkan dengan jalur lain yang menunjukkan bahwa kualitas layanan bukan yang terbaik faktor yang berpengaruh dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan. Namun, sebagian besar pelanggan puas dengan kualitas layanan yang diberikan oleh pemilik restoran.</p> <p>-Studi juga menemukan bahwa price fairness (PF) memiliki a hubungan positif yang signifikan dengan kepuasan pelanggan (SAT).</p> <p>-Hubungan antara kepuasan dan niat patronase ulang juga positif dan Penting</p>
7.	<p>Effects of service quality and customer satisfaction on repurchase intention in restaurants on University of Cape Coast campus Oleh : Ishmael, Rebecca Dei Vol. 4, No. 1</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap pelanggan Kepuasan 2. hipotesis kedua itu kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap pembelian kembali niat 3. kepuasan pelanggan telah berpengaruh signifikan terhadap niat membeli kembali 4. kepuasan pelanggan memoderasi pengaruh kualitas layanan pada pembelian kembali niat
8.	<p>THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON RESTAURANTS' CUSTOMER LOYALTY Oleh : 1. Yousef Keshavarz 2. Dariyoush Jamshidi 3. Farid Bakhtazma</p>	<p>Dari hasil itu tadi menemukan bahwa H1 ekspektasi pelanggan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap persepsi kualitas pelanggan dan kesetiaan. H2 pengaruh ekspektasi pelanggan terhadap kepuasan</p>

	Vol. 6, No.4	<p>pelanggan tidak demikian didukung secara statistik.</p> <p>H3 persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan terhadap loyalitas</p> <p>H4 persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan berpengaruh signifikan pelanggan.</p> <p>H5 adanya pengaruh signifikan yang diberlakukan oleh pelanggan kepuasan atas loyalitas pelanggan</p>
9.	<p>Importance of Service Quality in Customer Satisfaction (A Study on Fast Food Restaurants)</p> <p>Oleh :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Junaid Aftab 2. Huma Sarwar 3. Qurrat-ul-ain Sultan 4. Maryam Qadeer <p>Volume 4, Issue 4</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hipotesis Pertama dapat diterima karena terbukti tangibilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di restoran cepat saji Pakistan 2. Hipotesis Kedua dapat diterima karena terbukti kehandalan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di restoran cepat saji Pakistan 3. Hipotesis Ketiga dapat diterima karena terbukti Jaminan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di restoran cepat saji Pakistan 4. Hipotesis keempat dapat diterima karena terbukti empati berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di restoran cepat saji Pakistan 5. Hipotesis Kelima dapat diterima karena terbukti daya tanggap berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di restoran cepat saji Pakistan
10.	Dynamic Capabilities and Competitive Advantage of Fast Foods Restaurants	1. kemampuan penginderaan membantu meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan

	<p>Oeh :</p> <p>1. Ofoegbu Wilson Chukwuemeka, 2. B. C. Onuoha</p> <p>Volume 4, Issue 3</p>	<p>melalui deteksi dini persaingan.</p> <p>2 .Selain itu, kemampuan belajar memperkuat organisasi yang mampu mengidentifikasi dan memperoleh pengetahuan yang dibutuhkan baik secara internal dan eksternal yang pada akhirnya mengarah pada keunggulan kompetitif.</p> <p>3. Kemampuan konfigurasi ulang mendorong keunggulan kompetitif perusahaan dengan mengenali dan mengubah yang ada pengetahuan menjadi sumber daya baru</p>
--	---	--

Berdasarkan dengan penjelasan diatas, maka peneliti mengambil judul:
“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN UNTUK UNTUK MECAPAI KEUNGGULAN DALAM BERSAING (Studi kasus pada Geprek Purwodadi)”

1.2 Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup permasalahan dalam penelitian adalah berikut ini :

- 1) Obyek dari penelitian ini adalah warung geprek purwodadi.
- 2) Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel endogen yaitu kepuasan minat beli dan Keunggulan Bersaing. Variabel eksogen yaitu Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan
- 3) Responden penelitian ini adalah konsumen Warung Geprek Purwodadi

1.3 Rumusan Masalah

Dapat yang kita lihat saat ini dan yang terjadi warung geprek di Purwodadi khususnya adalah semakin menjamurnya dan semakin banyak muncul warung-

warung yang menyajikan ayam geprek sebagai menu utamanya, hal ini mengakibatkan persaingan ketat di antara warung-warung geprek tersebut, hal ini memicu perusahaan untuk bersaing dengan ketat antara satu sama lain, dan menuntut perusahaan menjaga kualitas produk, meningkatkan kualitas pelayanan untuk mendorong minat beli konsumen agar unggul dalam bersaing. Berdasarkan uraian yang telah diuraikan di atas, maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ?
- 2) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli ?
- 3) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing?
- 4) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing?
- 5) Apakah minat beli berpengaruh terhadap keunggulan bersaing?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

- 1) Menganalisis kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli?
- 2) Menganalisis kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli?
- 3) Menganalisis kualitas produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing?
- 4) Menganalisis kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing?
- 5) Menganalisis minat beli berpengaruh terhadap keunggulan bersaing?

1.5 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut :

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah :

1. Manfaat teoritis

a. Teori loyalitas, penelitian ini bermanfaat perilaku pelanggan dalam pengetahuan pentingnya loyalitas pelanggan bagi sebuah pengguna jasa ditengah-tengah persaingan yang sejenis.

b. Bagi peneliti, sebagai wahana latihan pengembangan kemampuan dan penerapan teori yang diperoleh dalam perkuliahan.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan dalam mengambil keputusannya yang terbaik akan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen untuk mencapai keunggulan bersaing