

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis cake & bread dan kuliner saat ini merupakan bisnis yang prospektif dan berkembang di Indonesia, sehingga bisnis tersebut tidak terlepas dari persaingan. Hal ini diiringi dengan munculnya bisnis/perusahaan sejenis yang masuk dalam persaingan. Dalam suasana seperti sekarang ini perusahaan harus menjalin kemitraan yang handal dengan para konsumen ditengah persaingan yang semakin ketat. Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin pesat, membuat perusahaan berlomba-lomba untuk terus bersaing dan bertahan di dunia bisnis salah satu diantaranya adalah bisnis kuliner. Berbagai cara yang dilakukan perusahaan untuk menarik banyak konsumen. Perusahaan harus mengeluarkan ide-ide yang kreatif dan inovatif serta mengelola sumber daya yang ada sehingga tujuan perusahaan akan tercapai. Pelaku bisnis kuliner mampu mengembangkan faktor eksternal maupun faktor internal yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk olahan tersebut. Berbagai macam konsep untuk mendesign tempat dibuat semenarik mungkin, bahkan bentuk dan cita rasa dibuat beragam. Berbagai jenis minuman dan makanan ditawarkan dengan harga bervariasi sesuai target pasar. Salah satu olahan yang menarik konsumen dari dulu sampai sekarang adalah roti. Roti merupakan bahan makanan pokok yang terbuat dari campuran tepung terigu dan ragi. Jenis-jenis roti di Indonesia dikembangkan sejak belanda menduduki wilayah Indonesia. Di Indonesia roti merupakan makanan camilan sebagai pengganti nasi. Seiring

berkembangnya zaman, roti banyak mengalami perubahan dan juga variasi yang dibuat dengan berbagai rasa dan juga bentuk. Pada era sekarang ini, banyak produk roti yang memasuki wilayah Indonesia dengan rasa dan tekstur yang bervariasi. Serta keaneragaman tepung yang digunakan dan dengan teknik pembuatan yang berbeda serta modern (<http://food.detik.com>).

Saat ini bisnis bakery yang ada di Lamongan sudah memiliki beberapa produk yang memiliki cita rasa serta kekhasan masing-masing dilihat dari menjamurnya merek yang beredar saat ini. Salah satu toko roti yang ada di kota Lamongan ini adalah Dapur Roti & Dapur Kopi by Lyly yang berdiri sejak 3 tahun yang lalu dan tepatnya berada di Jalan Sunan Drajat No.54, Kauman, Sidoharjo, Kec. Lamongan, Kab. Lamongan. Awal mulanya produk dari Dapur Roti & Dapur Kopi ini tidak terlalu dikenal oleh masyarakat dan memiliki konsumen sedikit. Tetapi, seiring berjalannya waktu mulailah dikenal oleh masyarakat setempat karena memiliki cita rasa dan kekhasan tersendiri. Banyaknya permintaan konsumen saat ini menjadikan Dapur Roti & Dapur Kopi ini semakin memiliki banyak karyawan dan lebih berinovatif dibandingkan dengan para pesaing-pesaing lainnya.

Perusahaan Dapur Roti & Dapur Kopi by Lyly memperkenalkan diri dengan mengeluarkan berbagai macam produk roti, cake, dessert, pastry, donuts, roti tart dan makanan khas daerah Lamongan serta menerima pesanan untuk hajatan. H. Rahadian Delfani Meirawan, S.Sos sebagai Owner Lyly Bakery yang mana beliau menjadi seorang pimpinan yang sangat cermat dan sistematis dalam mengelola perusahaan. Persaingan di dunia bisnis memang

semakin ketat. Dapur Roti & Dapur Kopi by Lyly ini juga menyediakan tempat yang nyaman dengan menggunakan design yang unik, nuansa vintage dengan berbagai miniatur-miniatur dan quotes-quotes yang mengandung unsur kopi yang sangat cantik. Sehingga cocok untuk menjadi tempat nongkrong, berkumpul, bersantai dan berdiskusi. Dengan menggunakan salah satu strategi tersebut akan menarik banyak konsumen dari anak-anak hingga orang tua.

Faktor-Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen salah satunya adalah inovasi produk. Inovasi produk seharusnya mampu memberikan nilai tambah dibanding produk sejenis (keunggulan produk) sehingga dapat menjadikan perusahaan memiliki keunggulan dibandingkan dengan pesaingnya (Kotler dan Keller, 2016:454) dimana konsumen juga akan memperhatikan produk yang akan dibeli dilihat dari kualitas dan bahan-bahan yang digunakan. Dapur Roti & Dapur Kopi ini melakukan inovasi yang baru dengan mengeluarkan produk lain yang tidak hanya roti saja tetapi juga menjual jajanan tradisional khas Lamongan. Inovasi yang lain yaitu dengan mengubah tekstur yang lebih lembut dibandingkan produk roti milik pesaing yang ada disekitar. Terdapat juga Dapur Kopi yang terbilang menjadi sorotan utama oleh para anak remaja hingga orang tua. Dapur Kopi memiliki tempat yang unik dan sangat fotoable. Banyaknya pesaing sejenis cafe ini menjadikan Dapur Kopi untuk lebih berinovatif agar lebih banyak menarik minat konsumen untuk berkunjung menikmati produk yang di telah disediakan. Tidak hanya cake, dessert, coffe latte, milk shake yang disediakan disana berbagai macam makanan berat seperti nasi goreng, mie, beef steak juga disediakan dengan menggunakan bahan-bahan

yang terbaik dan disajikan dengan tampilan yang unik dan menarik.

Menurut Ratnasari dan Aksa (2016:117) kualitas pelayanan adalah mutlak bahwa pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang pelanggan harapkan. Dengan kualitas pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa nyaman. Bila konsumen merasa tidak nyaman, pelayanan yang diberikan tidak sesuai keinginan konsumen, dan bahkan membuat konsumen merasa kecewa maka akan berpengaruh pada keputusan pembelian. Misal, meskipun produk yang dihasilkan baik, sesuai selera konsumen namun pelayanan yang diberikan lambat, tidak ramah, lokasi jauh, hal ini menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Dengan demikian masalah pelayanan menjadi faktor penting dan harus diperhatikan dengan baik. Di Dapur Roti & Dapur Kopi ini memberikan kualitas pelayanan yang sangat baik, tanpa membedakan dari segi konsumen kelas menengah ke atas dengan konsumen menengah ke bawah. Disana juga tersedia pembayaran dengan menggunakan uang elektronik salah satunya adalah LA Pay. Jadi, konsumen selain bisa membayar secara langsung atau *cash* bisa melalui aplikasi LA Pay. Sehingga memudahkan konsumen untuk melakukan transaksi pembayaran.

Menurut Berman dan Evan (2001) dalam (Agung dan Bulan, 2017) suasana lingkungan toko berdasarkan karakteristik fisik untuk membangun kesan dan menarik pelanggan. *Store Atmosphere* di dalam toko merupakan salah satu atau berbagai unsur dalam *retail marketing mix*. Seperti yang sedikit dijelaskan di atas bahwa Dapur Roti & Dapur

Kopi ini tidak hanya menyediakan produk roti saja, tetapi terdapat tempat yang menjadi sorotan masyarakat saat ini. Memiliki suasana yang menarik banyak konsumen dengan nuansa vintage dan memiliki desain yang elegant. Karena suasana dapat menciptakan perasaan yang santai atau pun sibuk, kesan mewah atau efisiensi, sikap ramah atau pun dingin, terorganisir atau kacau, atau suasana hati menyenangkan atau serius. Dengan lokasi Dapur Roti & Dapur Kopi yang cukup strategis dan suasana cafe yang nyaman dan kualitas pelayanan yang diberikan untuk menarik minat konsumen supaya mengunjunginya dan melakukan pembelian.

Keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2012:184) adalah proses psikologi dasar memainkan peranan penting dalam memahami bagaimana konsumen benar-benar membuat keputusan pembelian mereka. Pada persaingan bisnis yang semakin ketat ini, sudah seharusnya perusahaan mempunyai strategi yang akan digunakan untuk meningkatkan minat beli konsumen. Hal ini sangat penting dilakukan, karena jika minat beli dalam diri konsumen itu tumbuh pada akhirnya akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian, dan secara otomatis akan dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan. Dan begitu pula sebaliknya, jika minat beli pada diri konsumen rendah, maka kerugian akan dialami perusahaan, karena dengan sendirinya akan berpengaruh pada penurunan volume penjualan perusahaan tersebut. Oleh sebab itu pelaku usaha harus mempunyai keunggulan tertentu dibandingkan dengan pesaing sehingga dapat menarik konsumen untuk sekedar mencoba kemudian mengambil keputusan untuk membeli. Keputusan konsumen dalam membeli Dapur Roti

& Dapur Kopi juga dipengaruhi oleh produk itu sendiri baik dari segi inovasi, kualitas, maupun harga apakah menarik atau tidak. Konsumen juga sangat memperhatikan kualitas produk yang akan dibeli, apakah produk tersebut berkualitas baik dan apabila dikonsumsi tidak berbahaya, ataupun menggunakan bahan-bahan yang mengandung bahan kimia atau tidak.

Berdasarkan uraian di atas bahwa perusahaan harus lebih kreatif dan berinovatif, pemberian kualitas pelayanan yang baik dan memperhatikan *store atmosphere* (suasana toko) demi kenyamanan konsumen agar konsumen melakukan keputusan pembelian pada produk yang ditawarkan. Maka peneliti tertarik dengan mengambil judul Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan dan *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian pada Dapur Roti & Dapur Kopi by Lyly di Lamongan.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian pada Dapur Roti & Dapur Kopi by Lyly di Lamongan ?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Dapur Roti & Dapur Kopi by Lyly di Lamongan ?
3. Apakah terdapat pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada Dapur Roti & Dapur Kopi by Lyly di Lamongan ?
4. Apakah terdapat pengaruh inovasi produk, kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap keputusan

pembelian pada Dapur Roti & Dapur Kopi by Lyly di Lamongan ?

1.3 Tujuan Penelitian

a. Tujuan Umum

1. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan tugas akhir bagi mahasiswa dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Sebagai salah satu perwujudan dari Tri Darma Perguruan Tinggi yaitu Darma Penelitian.
3. Untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah didapatkan selama menempuh studi di universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

b. Tujuan Khusus

1. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian pada Dapur Roti & Dapur Kopi by Lyly di Lamongan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Dapur Roti & Dapur Kopi by Lyly di Lamongan.
3. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada Dapur Roti & Dapur Kopi by Lyly di Lamongan.
4. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk, kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada Dapur Roti & Dapur Kopi by Lyly di Lamongan.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan tujuan penelitian diatas, maka penelitian ini dapat diharapkan dapat:

1. Secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan ide baru untuk menambah wawasan dan memberikan kontribusi dalam pengembangan teori tentang inovasi produk, kualitas pelayanan, *store atmosphere* dan keputusan pembelian.

2. Secara praktis

1) Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi dan masukan yang positif bagi perusahaan khususnya mengenai inovasi produk, kualitas pelayanan, *store atmosphere* dan keputusan pembelian pada Dapur Roti & Dapur Kopi by Lyly di Lamongan dan sebagai bahan pertimbangan untuk menyusun strategi dalam meningkatkan nilai perusahaan.

2) Bagi peneliti

a. Sebagai sarana penerapan teori yang telah diperoleh selama masa perkuliahan baik secara teori maupun praktik.

b. Menambah pengetahuan dan pengalaman dalam bidang manajemen pemasaran khususnya tentang inovasi produk, kualitas pelayanan, *store atmosphere* dan keputusan pembelian.

3) Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Hasil penelitian ini diharapkan bisa melengkapi bahan referensi atau dokumentasi guna melengkapi perpustakaan bila dibutuhkan nanti.

4) Bagi Pembaca

Pada umumnya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan yang bermanfaat serta dapat menjadi kajian atau referensi untuk mengembangkan penelitian khususnya bidang pemasaran tentang inovasi produk, kualitas pelayanan, *store atmosphere* dan keputusan pembelian.

