

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan dan tren bisnis industri makanan di seluruh belahan dunia sekarang menunjukkan pertumbuhan paling tinggi, jika dibandingkan dengan pertumbuhan bisnis di bidang lainnya. Tren bisnis makanan dan minuman di Indonesia yang pesat terjadi dikarenakan adanya pertumbuhan ekonomi yang mengakibatkan pendapatan penduduk meningkat, sehingga membawa perubahan kepada gaya hidup dan berdampak kepada perubahan pola makan. Dengan adanya perubahan tren gaya hidup dan pola makan mengakibatkan bisnis sector makanan dan minuman berkembang sangat pesat (Setioningtyas & Wisnu, 2017).

Pada tahun 2018 bisnis kuliner di Jawa Timur bertahan diangka 20 persen. Pada pertengahan Februari lalu, ketua Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (Apkrindo) Jatim mengatakan bahwa pertumbuhan bisnis kuliner di Jawa Timur khususnya Surabaya akan meningkat lagi hingga 20 persen (Surabaya.tribunnews.com).

Menghadapi persaingan bisnis kuliner yang tinggi tersebut, para pelaku bisnis melakukan berbagai macam strategi agar dapat menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah suatu keputusan karena ketertarikan yang dirasakan oleh seseorang terhadap suatu produk, dan ingin membeli, mencoba, menggunakan, atau memiliki produk tersebut (Nurhayati, 2017). Adapun indikator keputusan pembelian konsumen yaitu pilihan produk, pilihan merek, pilihan

penyalur, penentuan waktu pembelian, jumlah pembelian, metode pembayaran (Setianingsih, 2018).

Terkait dengan keputusan pembelian, bukti fisik atau *physical evidence* merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan (Widada, 2017). *Physical Evidence* merupakan faktor penting dalam menarik konsumen, karena dengan adanya *physical evidence* dapat menciptakan pelayanan yang berkualitas yang berkaitan dengan prasarana pelayanan pelanggan (Khairina, 2016). Adapun indikator *physical evidence* yaitu sebagai berikut: bangunan fisik yang menarik, peralatan administrasi yang menunjang, fasilitas fisik yang dimiliki, tata ruang yang menarik (Leawaty & Sulistiadi, 2018).

Selain *physical evidence*, komunikasi dari mulut ke mulut (*Word of Mouth*) juga mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Aries & Sunarti, 2018). *Word of Mouth* merupakan pujian, rekomendasi, dan komentar pelanggan terhadap pengalaman mereka atas layanan jasa atau produk yang mempengaruhi keputusan pelanggan atau perilaku pembelian mereka. *Word of Mouth* mampu menyebar begitu cepat bila individu yang menyebarkannya juga memiliki jaringan yang luas. Ini berarti bahwa komunikasi dari mulut ke mulut sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk bisnis kuliner yang ditawarkan (Pamungkas, 2017). Adapun indikator *Word of Mouth* yaitu *credible*, *personal*, dan *timely* (Setioningtyas & Rifky, 2019).

Selain *Word of Mouth*, variasi produk juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen (Nurrahman & Utama, 2016). Variasi produk merupakan kumpulan seluruh produk yang ditawarkan dan dijual oleh penjual tertentu. Hal

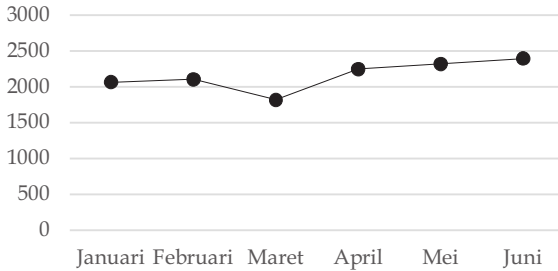
ini menunjukkan bahwa variasi produk dapat diartikan sebagai produk yang memiliki desain atau jenis yang berbeda. Jika produk yang ditawarkan sangat bervariasi maka dapat mempengaruhi minat beli konsumen (Kridaningsih, 2020). Adapun indikator variasi produk yaitu ukuran, tampilan, rasa, harga, ketersediaan produk (Anindi, 2018).

Kedai Mielih & Miekiro merupakan salah satu tempat usaha dibidang kuliner yang beralamatkan di Jalan Raya Legundi No. 659, Kecamatan Driyorejo, Kabupaten Gresik, Jawa Timur, Kode pos 61177. Kedai Mielih & Miekiro yaitu kedai yang menyediakan *noodles* & dimsum yaitu mie pedas berlevel dan berbagai olahan dimsum. Mienya yang kenyal dan dipadukan dengan bumbu pedas sesuai dengan lidah masyarakat yang sudah terbiasa dengan bumbu pedas. Dan juga terdapat berbagai macam olahan dimsum, makanan khas Cina yang sedang marak di Indonesia. Dimsum menjadi daya tarik karena bentuk dan rasanya yang enak. Dengan harga yang terjangkau sesuai dengan kantong pelajar, sudah bisa menikmati mie pedas sesuai dengan selera dan berbagai macam olahan dimsum yang terbuat dari daging ayam, udang, dan sayuran.

Terkait dengan bisnis kuliner yang semakin banyak pesaing, Kedai Mielih & Miekiro selalu memberikan pelayanan yang optimal dalam proses produksinya. Akan tetapi saat ini kedai tersebut mengalami permasalahan yaitu ketidakstabilan omset penjualan yang cukup besar.

Menurut data kedai pada bulan Januari sampai dengan bulan Juni tahun 2020, penjualan pada bulan Januari sebanyak 2.063 pelanggan, pada bulan Februari sebanyak 2.104 pelanggan. Akan tetapi pada bulan Maret mengalami

penurunan sebanyak 1.815 pelanggan, setelah itu angka penjualan terus meningkat pada bulan April sebanyak 2.245 pelanggan, bulan Mei sebanyak 2.318 pelanggan, dan pada bulan Juni sebanyak 2.394 pelanggan.



Gambar 1.1
Grafik Penjualan Pada Kedai Mielih & Miekiro Tahun 2020

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Word of Mouth*, Variasi Produk, dan *Physical Evidence* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Mielih & Miekiro, Driyorejo Gresik”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Mielih & Miekiro, Driyorejo Gresik?

2. Apakah variasi produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Mielih & Miekiro, Driyorejo Gresik?
3. Apakah *physical evidence* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Mielih & Miekiro, Driyorejo Gresik?
4. Apakah *word of mouth*, variasi produk dan *physical evidence* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Kedai Mielih & Miekiro, Driyorejo Gresik?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *word of mouth* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Mielih & Miekiro, Driyorejo Gresik.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variasi produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Mielih & Miekiro, Driyorejo Gresik.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *physical evidence* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Mielih & Miekiro, Driyorejo Gresik.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *word of mouth*, variasi produk dan *physical evidence* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kedai Mielih & Miekiro, Driyorejo Gresik.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk perkembangan ilmu didunia pendidikan mengenai strategi pemasaran diantaranya *word of mouth*, variasi produk, dan *physical evidence* yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.
 - b. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, diharapkan dapat memberi kontribusi kepada Universitas sebagai bentuk kepedulian terhadap dunia bisnis melalui kegiatan penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa untuk membantu memecahkan masalah yang dihadapi pelaku bisnis dalam persaingan bisnis yang semakin pesat.
2. Manfaat Praktik
- a. Bagi pemilik Kedai Mielih & Miekero, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rujukan atau saran bagi pemilik Kedai Mielih & Miekero dalam memajukan usahanya, guna untuk mengetahui variabel mana yang dapat memenuhi kebutuhan konsumennya.
 - b. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmupengetahuan dalam bidang pemasaran, serta dapat menjadi sarana untuk menyalurkan ilmu pengetahuan yang telah didapatkan selama masa perkuliahan ke dalam praktik nyata.