

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Perkembangan bisnis saat ini semakin kompleks dengan bermunculannya pemain-pemain baru dibidang bisnis yang sama. Semakin banyaknya pemain dalam bisnis yang sama menimbulkan persaingan yang ketat baik dari segi harga, kualitas produk, tempat usaha, kualitas pelayanan dan lainnya, contohnya Kedai Nya-nya dan Basoean *Kitchen* yang berada dalam wilayah sekitaran jalan H Faqih Usman. Sebagai konsumen, pastinya memiliki opsi untuk memilih tempat yang sesuai dengan kebutuhan makanan dan minuman. Namun, bagi pemilik atau pengelola usaha, tidak hanya cukup menjual produk dan jasa, namun juga penting untuk memiliki kemampuan untuk memberikan pelayanan yang terbaik agar konsumen merasa puas dan memutuskan untuk melakukan pembelian berulang di tempat tersebut.

Keputusan pembelian adalah suatu alasan tentang bagaimana konsumen menentukan pilihan terhadap pembelian suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan, serta harapan, sehingga dapat menimbulkan kepuasan atau ketidakpuasan terhadap produk tersebut. Sumarwan (2004) mengartikan keputusan pembelian sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternative. Dengan kata lain agar seseorang membuat keputusan maka harus ada pilihan alternative yang tersedia. Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan (Kotler dan Keller, 2012). Keputusan pembelian adalah keputusan pembeli tentang merek mana yang dibeli (Kotler dan Armstrong, 2008).

Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. (Kotler & Armstrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran, 2008). Keputusan konsumen timbul karena adanya penilaian objektif atau karena dorongan emosi. Keputusan untuk bertindak adalah hasil dari serangkaian aktivitas dan rangsangan

mental emosional. Proses untuk menganalisa, merasakan dan memutuskan, pada dasarnya adalah sama seperti seorang individu dalam memecahkan banyak permasalahannya.

Pada keputusan pembelian, kualitas dari pelayanan adalah hal yang penting untuk dipertimbangkan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, yaitu bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi konsumen. Setiap menjalankan proses bisnis baik barang maupun jasa, konsumen harus diberikan pelayanan yang baik karena kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan keputusan pembelian. Perusahaan dapat mempertahankan usahanya dan mampu bersaing dengan pesaing lainnya apabila memberikan pelayanan yang baik (Permatasari, 2017). Pelayanan konsumen yang baik dan memuaskan harus menjadi misi utama di sektor jasa dimana kepuasan konsumen menjadi utama.

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Lupiyoadi (2006) berpendapat bahwa “Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan “*service quality*” yang telah dikembangkan oleh Parasuraman”.

Pada umumnya, pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Dalam beberapa penelitian telah terbukti bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian. Miftakul dan Dewi Urip Wahyuni, (2017) serta Agung Tri Handoko (2016) dalam penelitian menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Seperti yang dikemukakan Sunyoto dan Susanti (2015:288), mengatakan bahwa “kualitas pelayanan terdapat lima faktor penentu kualitas pelayanan, yaitu Bukti Fisik (Tangibles), Keandalan (Reliability), Daya Tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurances), Empati (Empathy)”. Indikator *Tangibles* yaitu ditandai dengan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan seperti fasilitas fisik. Indikator *Reliability* yaitu

ditandai dengan memberikan pelayanan secara akurat dan terpercaya seperti ketepatan waktu. Indikator *Responsiveness* yaitu ditandai dengan pelayanan yang cepat dan tepat. indikator *Assurance* yaitu ditandai dengan kemampuan pegawai dalam menumbuhkan rasa percaya kepada konsumen. Indikator *Empathy* ditandai dengan memahami keinginan konsumen. Dari kelima faktor tersebut berfungsi untuk mengukur kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Basoean *Kitchen* Palembang.

Basoean *Kitchen* berdiri sejak 7 Januari 2021 yang beralamatkan di Jl. H faqih Usman N0.219-23, 3-4 Ulu Kecamatan Seberang Ulu Kertapati Palembang, dan saat ini memiliki 5 karyawan yang bertugas sebagai kasir dan *crew*. Seluruh karyawan berkewajiban untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen yang akan mengunjungi Basoean *Kitchen* Palembang sehingga dapat meningkatkan penjualan setiap harinya. Sebagai salah satu usaha yang bergerak dalam bidang kuliner, Basoean *Kitchen* Palembang harus mampu bersaing dengan kompetitor lainnya yang juga memiliki strategi untuk menarik para konsumen. Oleh karena itu, Basoean *Kitchen* Palembang harus memiliki kualitas pelayanan terbaik sehingga konsumen dapat merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan dan konsumen dapat mengunjungi Basoean *Kitchen* Palembang secara berulang.

Berikut data omset Basoean *Kitchen* Palembang selama 3 tahun terakhir.

Tabel 1. 1

Omset Basoean Kitchen Palembang

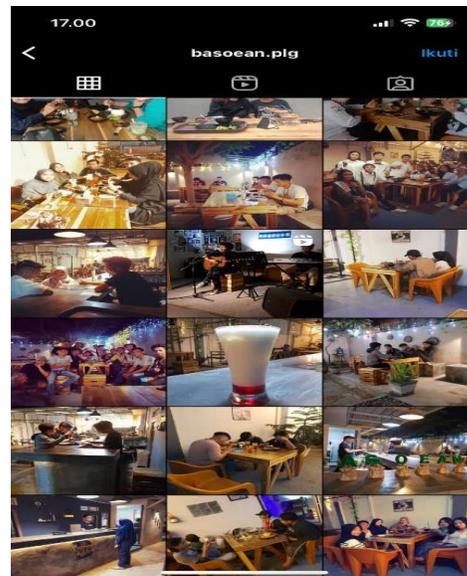
Tahun 2021-2023

Tahun	Omset/Tahun
2021	Rp 300.712.000
2022	Rp 510.282.000
2023	Rp 306.650.000

Sumber: Basoean Kitchen Palembang, 2024

Dari tabel 1.1 diketahui bahwa dari tahun 2021 ke tahun 2022 terjadi peningkatan omset dikarenakan adanya promosi melalui sosial media.

Berikut merupakan bukti peningkatan pengunjung yang disebabkan adanya promosi melalui sosial media instagram:



Gambar 1. 1 Bukti Peningkatan Pengunjung
Sumber: instagram basoean.plg (2024)

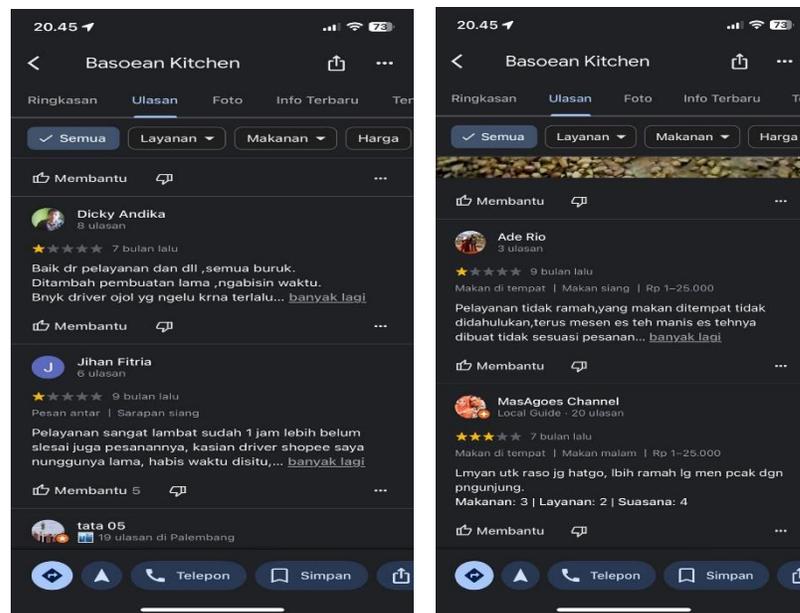
Pada awal tahun 2022 terjadi wabah Covid-19 yang mengakibatkan banyaknya konsumen memesan makanan melalui aplikasi online. Dengan memesan makanan melalui aplikasi online, konsumen tidak perlu datang langsung ke lokasi Basoean *Kitchen* Palembang dan hanya perlu menunggu pesanan diantarkan. Hal ini memudahkan konsumen untuk membeli makanan, karena tidak perlu takut terjangkit virus covid-19 jika harus pergi keluar rumah.

Akibat dari banyaknya pesanan makanan yang masuk melalui aplikasi online, para pegawai di Basoean *Kitchen* Palembang mengalami kewalahan sehingga banyak *driver* aplikasi online yang mengantri lama dan membuat para konsumennya kesal. Tetapi pada akhir tahun 2022, penjualan meningkat pesat karena banyak konsumen yang datang langsung ke Basoean *Kitchen* Palembang untuk sekedar mencicipi makanan disana ataupun hanya untuk bersantai, sehingga pengelola mulai

mengembangkan Basoean *Kitchen* dari angkringan menjadi kafe seperti yang ada saat ini

Namun pada tahun 2023 terjadi penurunan jumlah pelanggan, hal ini dikarenakan pelayanan yang diberikan oleh para karyawan dinilai buruk dan tidak memenuhi standar pelayanan yang baik.

Berikut beberapa ulasan pengunjung yang mengatakan bahwa pelayanan di Basoean Kitchen Palembang dinilai buruk:



Gambar 1. 2 Ulasan Buruk tentang Basoean Kitchen Palembang
Sumber: https://maps.app.goo.gl/AhS64WxPbHkr96Rt9?g_st=ic

Menurut Kotler & Keller dalam (Agussalim & Ali, 2017), ada beberapa indikator kualitas yang menjadi acuan, diantaranya adalah *Responsiveness* (ketanggapan), *Reliability* (keandalan), *Empathy* (empati), *Assurance* (jaminan), dan *Tangibles* (bukti fisik)

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan dan keputusan pembelian di Basoean *Kitchen* Palembang. Maka dari itu, penulis melakukan penelitian dengan

judul “Evaluasi Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Pada Basoean *Kitchen* Palembang”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka perumusan sebuah masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana evaluasi kualitas pelayanan dan keputusan pembelian pada Basoean *Kitchen* Palembang?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Untuk menjaga agar penulisan dalam laporan akhir ini tidak menyimpang dari pokok permasalahan, penulis membatasi ruang lingkup pembahasan masalah. Ruang lingkup yang akan dibahas penulis yaitu hanya evaluasi kualitas pelayanan dan keputusan pembelian pada Basoean *Kitchen* Palembang.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah tersebut, yaitu untuk mengetahui bagaimanakah evaluasi kualitas pelayanan dan keputusan pembelian pada Basoean *Kitchen* Palembang.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Sebagai salah satu bahan untuk memperluas wawasan penulis khususnya dalam bidang pelayanan prima yang berkaitan dengan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

2. Bagi Akademis

Sebagai bahan referensi untuk menyusun laporan akhir pada masa yang akan datang bagi mahasiswa dan khususnya mahasiswa jurusan Administrasi Bisnis.

3. Bagi perusahaan

Melalui penelitian ini, diharapkan bagi perusahaan hasil dari penelitian ini dapat menambah wawasan dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen, serta perusahaan dapat mengetahui faktor apa saja yang dapat membuat perusahaan mengalami peningkatan pengunjung.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian di Basoean Kitchen Palembang yang berlokasi di Jl. H faqih Usman N0.219-23, 3-4 Ulu Kecamatan Seberang Ulu Kertapati Palembang.

1.5.2 Jenis Dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, jenis data yang akan dikumpulkan yaitu data primer dan data sekunder, antara lain sebagai berikut:

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2018:137), Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini data yang diperoleh berasal dari penyebaran kuesioner.

2. Data Sekunder

Data sekunder menurut Sugiyono (2018:137), merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan didapat melalui studi pustaka dengan membaca literature-literatur, jurnal-jurnal, serta peneliti terdahulu.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

a. Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2020:142), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pada penelitian ini kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data primer, instrument kuesioner yang akan digunakan, jawaban dari responden diklasifikasikan menurut skala likert. Dalam menyebar angket, peneliti menyebarkan *google form* kuesioner kepada pengunjung Basoean *Kitchen* Palembang.

b. Riset Lapangan

Dalam riset lapangan, teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah dengan cara menyebarkan lembar kuesioner, di mana penulis memberikan langsung lembar kuesioner kepada pengunjung Basoean *Kitchen* Palembang. Melalui kuesioner ini, penulis bertujuan untuk mengetahui seberapa puas konsumen terhadap pelayanan yang ada di Basoean *Kitchen* Palembang.

c. Riset Kepustakaan

Dalam penelitian ini, penulis memilih untuk mengumpulkan data yang diperlukan dengan mencari informasi dari berbagai sumber, termasuk literatur, dokumen, hasil penelitian terdahulu, buku bacaan dan media elektronik seperti internet yang berhubungan dengan laporan penulis. Hal ini dilakukan untuk melengkapi laporan akhir yang sedang disusun oleh penulis.

1.5.4 Populasi dan Sampel

1.5.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2020:80).

Pada penelitian ini, populasi yang digunakan peneliti adalah konsumen Basoean *Kitchen* Palembang, dari populasi ini akan diambil sampel yang akan digunakan untuk penelitian ini.

1.5.4.2 Sampel

Sugiyono (2020:81), menyatakan Teknik *sampling* adalah sebuah teknik pengambilan sampel, yang mana digunakan untuk menentukan sebuah sampel yang akan digunakan dalam sebuah penelitian. Teknik *sampling* dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*.

Melihat karakteristik populasi yang ada dan sesuai dengan tujuan penelitian ini, maka penentuan responden dalam penelitian ini yaitu dengan teknik *nonprobability sampling*, yaitu setiap unsur dalam populasi tidak memiliki kesempatan dan peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel.

Peneliti telah menentukan kriteria terhadap populasi untuk menentukan sampel penelitian ini. Kriteria yang digunakan adalah pengunjung Basoean *Kitchen* Palembang dalam kurun waktu 1 tahun terakhir. Ferdinand (2014: 171), menyatakan bahwa sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini menjadi perwakilan dari populasi. Menurut Sugiyono (2011), menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah 30 sampai 500.

Ferdinan (2014:173) menyatakan bahwa ukuran sampel yang sesuai berkisar dari 100 sampai 200 responden. Untuk setiap

estimated parameter, ukuran sampel minimum 5 dan maksimum 10. Jumlah sampel yang ideal dan representative diperoleh dari jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Dalam penelitian ini, indikator yang diteliti adalah sebanyak 10 indikator yaitu: variabel pengaruh kualitas pelayanan sebanyak 5 indikator, dan keputusan pembelian sebanyak 5 indikator. Selanjutnya, dari rentang ukuran sampel 5-10, ukuran yang dipilih adalah 8 dengan pertimbangan agar jumlah sampel sesuai pendapat Ferdinand (2014: 173) bahwa untuk SEM, jumlah sampel adalah 100-200.

Berdasarkan penjelasan di atas, jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan melalui formula:

$$\begin{aligned} N \text{ minimum} &= 8 \times \text{Jumlah Indikator} \\ &= 8 \times 12 \\ &= 96 \end{aligned}$$

Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 96 orang dan bisa di bulatkan menjadi 100 orang pelanggan Basoean Kitchen Palembang.

1.6 Analisa Data

1.6.1 Analisa Data Deskriptif

Menurut Sugiyono (2018:146), analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan umum atau generalisasi. Dalam penelitian ini untuk mengukur variabel, peneliti menggunakan skala Likert yaitu pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, atau persepsi seseorang tentang fenomena sosial.

Data dari angket dalam penelitian ini merupakan data kuantitatif yang akan dianalisis secara deskriptif. Dalam perhitungannya penulis menggunakan rumus persentase dan kriteria interpretasi skor sebagai berikut:

$$IS = \frac{\sum Skor Penelitian}{\sum Skor Ideal} \times 100\%$$

Keterangan

IS : Interpretasi Skor

Σ Skor Penelitian : Jawaban Responden X Bobot Nilai (1-5)

Σ Skor Ideal : Skala Nilai Tertinggi X Jumlah Responden

Selanjutnya skor yang diperoleh (dalam %) dengan analisis deskriptif persentase dikonsultasikan dengan tabel kriteria.

Berikut tabel kriteria analisis deskriptif:

Tabel 1. 2
Kriteria Analisis Deskriptif Persentase

No	Persentase	Kriteria
1	75% - 100%	Sangat Puas
2	50% - 75%	Puas
3	25% - 50%	Cukup Puas
4	1% - 25%	Tidak Puas

1.6.1.1 Skala Pengukuran

Skala yang digunakan untuk melakukan perhitungan dalam penelitian adalah menggunakan skala Likert. Adapun penelitian msasing-masing variabel memiliki bobot nilai antara lain:

Tabel 1. 3
Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

1.6.1.2 Instrumen Penelitian

Tabel 1. 4
Instrumen Penelitian

Variabel	Kode Variabel	Indikator
Kualitas Pelayanan	X	Tangible
		Reliability
		Responsives
		Assurance
		Empathy

Keputusan Pembelian	Y	Pengenalan Kebutuhan
		Pencarian Informasi
		Evaluasi Alternatif
		Keputusan Pembelian
		Perilaku Pasca Pembelian