

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan dunia bisnis yang dinamis, kecepatan dan pertumbuhan masyarakat yang pesat telah memaksa pertumbuhan ekonomi yang begitu cepat. Hal ini membuat persaingan bisnis yang semakin ketat antar perusahaan, terutama dalam menjual produk kepada konsumen berupa makanan dan minuman. Peristiwa ini akan membuat para pelaku besar untuk lebih inovatif dan bertindak cepat dalam menentukan strategi bersaing untuk mempertahankan pasarnya. Persaingan tersebut disebabkan karena saat ini bisnis usaha menjadi bisnis yang menjanjikan. Pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat menyebabkan kebutuhan yang meningkat pula terutama akan kebutuhan pangan, semakin berkembangnya masyarakat modern seringkali dikaitkan dengan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi dan aktivitas kerja yang sibuk mengakibatkan semakin banyak para pekerja menghabiskan waktu diluar rumah.

Hal ini menyebabkan kebanyakan orang ingin mencari suatu tempat tongkrongan yang menyediakan makanan dan minuman serta memberikan suasana yang hangat,nyaman dan interaksi sangat akrab terhadap pengunjung lainnya. Tempat yang menggambarkan suasana seperti itu salah satunya adalah Angkringan Sakarepmu.

Angkringan Sakarepmu merupakan salah satu angkringan yang berada di Jl. Kendalkemlagi Kecamatan Karanggeneng Kabupaten Lamongan

dengan menyediakan makanan dan minuman yang cukup murah. Menu yang paling digemari konsumen dari angkringan sakarepmu adalah Nasi bakar, sate usus, sate ceke, sate telur puyuh, dan aneka ragam sosis. Sedangkan untuk minuman, umumnya menjual wedang jahe, susu jahe, teh manis, air jeruk dan kopi. Angkringan sakarepmu juga menyediakan tempat duduk berupa kursi dan lesehan yang membuat konsumen mudah untuk berinteraksi dengan pengunjung lainnya. Dalam menjalankan sebuah usaha tentunya seorang pengusaha harus memperhatikan berbagai hal yang akan berpengaruh pada target pasarnya karena berhasil atau tidaknya suatu usaha dilihat dari strategi pemasarannya.

Menurut Wililam & J Stanto (2018 : 7) Strategi pemasaran adalah hal yang paling penting untuk keberlangsungan hidup usaha, karena dengan strategi yang matang akan memudahkan para pelaku usaha untuk memasarkan berbagai produk yang dimilikinya. Arti lain dari strategi pemasaran yakni suatu hubungan antara tujuan perencanaan dan penentuan harga dengan mempromosikan serta mendistribusikan sebuah produk baik barang maupun jasa kepada konsumen. Berbagai strategi yang digunakan para pelaku usaha tentunya bertujuan untuk meningkatkan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Keputusan pembelian oleh konsumen sangat mempengaruhi loyalitas konsumen. Menurut Cardia, D (2019) Loyalitas konsumen dapat didefinisikan sebagai kondisi dimana konsumen secara teratur tetap melakukan pembelian pada suatu usaha. Loyalitas konsumen dapat dibangun oleh seorang wirausaha dengan berbagai cara salah satunya

dengan pemberian lokasi yang strategis. Sebagai konsumen sebelum memilih barang atau produk hal yang perlu di perhatikan adalah Lokasi.

Menurut firmansyah, A. (2020) Menyatakan bahwa Lokasi adalah suatu keputusan perusahaan untuk menentukan tempat usaha, menjalankan kegiatan atau usaha atau kegiatan operasional, dan mendistribusikan barang atau jasa yang menjadi kegiatan bisnisnya kepada konsumen. Pentingnya lokasi bagi perusahaan atau pengusaha sangat mempengaruhi keputusan sasaran pasar dalam menentukan keputusan pembeliannya. Objek dalam penelitian ini merupakan Angkringan Sakarepmu karanggeneng lamongan. Pemilihan lokasi yang strategis yang terletak di sebelah jalan raya membuat angkringan sakarepmu ini ramai pengunjung dan konsumen mudah untuk melakukan keputusan pembelian dan loyal untuk melakukan keputusan pembelian ulang, hal itu juga di dukung dengan penyediaan fasilitas yang memadai .

Menurut Lubis dalam Hidayat, R., & Sari, I. (2020). Menyatakan Fasilitas merupakan salah satu aspek penunjang dari sebuah usaha. Fasilitas yang lengkap tentunya akan lebih membuat konsumen untuk memutuskan untuk berkunjung dan membeli produk pada usaha tersebut. Selain itu berbagai fasilitas yang menunjang tentunya akan meningkatkan keputusan pembelian. Pada angkringan Sakarepmu karanggeneng lamongan menyediakan Fasilitas seperti jaringan wifi dan tempat duduk yang nyaman membuat konsumen betah duduk berlama-lama disana dalam melakukan pembelian. Selain fasilitas, faktor yang perlu di perhatikan sebelum membeli barang atau produk adalah harga.

Menurut Susilo, T., & Harini, C. (2018) harga merupakan suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen lainnya melambangkan biaya. Harga bersifat fleksibel, artinya dapat berubah dengan cepat. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Dan pada saat ini karena banyaknya pesaing dalam usaha angkringan sangat berpengaruh di harga pada Angkringan Sakarepmu Karanggeneng Lamongan sangat memperhatikan faktor harga tersebut.

Selain harga, faktor yang harus di perhatikan adalah kualitas pelayanan. Menurut Kotler dalam Muhtarom, A., Syairozi, I., & Wardani, N. D. (2022) Kualitas pelayanan adalah suatu penilaian konsumen terhadap pemberian layanan yang dilakukan oleh penjual dengan harapan sesuai kepada keinginan konsumen. Apabila pelayanan yang diterima oleh pelanggan sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan termasuk dalam kualitas pelayanan yang baik. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan dituntut untuk siap dalam memenuhi keinginan pelanggan dan mengikuti perkembangan zaman yang ada, agar pelanggan tidak mudah berpindah pada produk lainnya. Untuk itu kualitas pelayanan sangat penting bagi setiap konsumen dan kualitas pelayanan yang diberikan Angkringan Sakarepmu Karanggeneng Lamongan baik karyawannya cukup ramah, berpakaian dengan rapih, bahkan karyawan Angkringan Sakarepmu

Kendalkemlagi Karanggeneng Lamongan menerapkan protokol kesehatan, sehingga konsumen bisa merasakan kualitas pelayanan yang di miliki oleh karyawan sangat baik, untuk itu kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan konsumen. Apabila konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan tidak menuup kemungkinan konsumen akan loyal untuk melakukan pembelian ulang.

Selain angkringan sakarepmu sebagai usaha mikro kecil menengah bidang angkringan di kecamatan karanggeneng juga memiliki pesaing serupa seperti Angkringan sopo nyono, Angkringan AB dan Angkringan ombak segoro. Pesaing ini merupakan pesaing terdekat dari Angkringan Sakarepmu yang juga diakui oleh masyarakat luas dalam segi lokasi harga dan kualitas pelayanan. Oleh karena itu pelaku usaha harus lebih inovasi dalam melakukan strategi trobosan yang mampu bersaing dengan pesaing sekitar. Jika kinerja produk lebih tinggi dari ekspektasi pelanggan, maka pembeli akan puas dan dapat dibangun loyalitas konsumen.

Diantara beberapa jurnal yang telah terpublish oleh Lestari, M., Nasution, A. M., & Lubis, A. (2020) Variabel Lokasi,kepuasan,loyalitas pelanggan. Hidayat, S. T. (2019) Variabel kualitas pelayanan,harga, loyalitas konsumen. Tumanung, M (2021) terdapat 3 Variabel Lokasi,kualitas pelayanan,loyalitas konsumen. Dari penjabaran literatur jurnal tersebut maka dibuat penelitian kebaharuan dalam penelitian ini yaitu penambahan variabel sehingga menjadi 6 Variabel yakni Lokasi, Fasilitas, Harga, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Konsumen. Dimana salah satu variabel dijadikan sebagai variabel mediasi/variabel intervening yang

merupakan perantara antara variabel independen dan variabel dependen. Selain itu kebaruan dari penelitian ini terletak pada objek penelitiannya yakni pada UMKM angkringan sakarepmu kendalkemlagi karanggeneng lamongan. Dengan menggunakan alat uji berupa *SEM-PLS*, sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan metode analisis regresi berganda yang diolah dengan menggunakan perangkat lunak SPSS.

Serta yang menarik dalam penelitian ini adalah Lokasi yang diteliti lebih menarik untuk dilakukan penelitian disebabkan usahanya mempunyai keunikan sendiri yang bisa membuat konsumen tertarik yaitu fasilitas bangunan, umumnya angkringan di sekitar karanggeneng hanya berupa warung tenda sederhana disini yang dibuat suasana seperti Caffe shop dan kesesuaian warna pencahayaan lampu yang baik sesuai konsep terlihat sangat serasi yang membuat konsumen tertarik untuk berkunjung. serta produk makanan seperti nasi goreng dan minuman yang dijual banyak pilihan menu, bukan hanya makanan dan minuman yang disajikan pada angkringan umumnya, di angkringan sakarepmu juga menyediakan berbagai varian seperti menu di caffe shop, yang terdapat ciri khas yakni kopi dengan campuran gula aren, creamer dan boba. Dari sinilah konsumen tertarik untuk berkunjung pada Angkringan Sakarepmu Karanggeneng Lamongan.

Berdasarkan uraian dan perfoma diatas menjadikan penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Lokasi Fasilitas harga dan kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dimediasi Keputusan Pembelian pada UMKM Angkringan Sakarepmu Karanggeneng Lamongan”**

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Konsumen dimediasi keputusan pembelian UMKM Angkringan Sakarepmu Karanggeneng Lamongan dengan metode *Structual Equation Modeling* (SEM) - *Partial Least Squire* (PLS)?
2. Apakah fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dimediasi keputusan pembelian UMKM Angkringan Sakarepmu Karanggeneng Lamongan dengan metode *Structual Equation Modeling* (SEM) - *Partial Least Squire* (PLS)?
3. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dimediasi keputusan pembelian UMKM Angkringan Sakarepmu Karanggeneng Lamongan dengan metode *Structual Equation Modeling* (SEM) - *Partial Least Squire* (PLS)?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dimediasi keputusan pembelian UMKM Angkringan Sakarepmu Karanggeneng Lamongan dengan metode *Structual Equation Modeling* (SEM) - *Partial Least Squire* (PLS)?
5. Apakah lokasi berpengaruh positif dan signifikan dimediasi keputusan pembelian UMKM Angkringan Sakarepmu Karanggeneng Lamongan dengan metode *Structual Equation Modeling* (SEM) - *Partial Least Squire* (PLS)?

6. Apakah fasilitas berpengaruh positif dan signifikan dimediasi keputusan pembelian UMKM Angkringan Sakarepmu Karanggeneng Lamongan *Structual Equation Modeling (SEM) - Partial Least Square (PLS)*?
7. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan dimediasi keputusan pembelian UMKM Angkringan Sakarepmu Karanggeneng Lamongan dengan metode *Structual Equation Modeling (SEM) - Partial Least Square (PLS)*?
8. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh Positif dan signifikan dimediasi keputusan pembelian UMKM Angkringan Sakarepmu Karanggeneng Lamongan dengan metode *Structual Equation Modeling (SEM) - Partial Least Square (PLS)*?
9. Apakah loyalitas konsumen berpengaruh positif dan signifikan dimediasi keputusan pembelian UMKM Angkringan Sakarepmu Karanggeneng Lamongan dengan metode *Structual Equation Modeling (SEM) - Partial Least Square (PLS)* ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, penelitian ini digunakan untuk :

1. Menguji apakah lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dimediasi keputusan pembelian UMKM Angkringan Sakarepmu Karanggeneng Lamongan dengan metode *Structual Equation Modeling (SEM) - Partial Least Square (PLS)*.



2. Menguji apakah fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dimediasi keputusan pembelian UMKM Angkringan Sakarepmu Karanggeneng Lamongan dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) - *Partial Least Square* (PLS).
3. Menguji apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dimediasi keputusan pembelian UMKM Angkringan Sakarepmu Karanggeneng Lamongan dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) - *Partial Least Square* (PLS).
4. Menguji apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dimediasi keputusan pembelian UMKM Angkringan Sakarepmu Karanggeneng Lamongan dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) - *Partial Least Square* (PLS).
5. Menguji apakah lokasi berpengaruh positif dan signifikan dimediasi keputusan pembelian UMKM Angkringan Sakarepmu Karanggeneng Lamongan dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) - *Partial Least Square* (PLS).
6. Menguji apakah fasilitas berpengaruh positif dan signifikan dimediasi keputusan pembelian UMKM Angkringan Sakarepmu Karanggeneng Lamongan dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) - *Partial Least Square* (PLS).
7. Menguji apakah harga berpengaruh positif dan signifikan dimediasi keputusan pembelian UMKM Angkringan Sakarepmu Karanggeneng Lamongan dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) - *Partial Least Square* (PLS).

8. Menguji apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan dimediasi keputusan pembelian UMKM Angkringan Sakarepmu Karanggeneng Lamongan dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) - *Partial Least Square* (PLS).
9. Menguji apakah loyalitas konsumen berpengaruh positif dan signifikan dimediasi keputusan pembelian UMKM Angkringan Sakarepmu Karanggeneng Lamongan dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) - *Partial Least Square* (PLS).

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi landasan dalam pengembangan pembelajaran mengenai keputusan pembelian, selain itu juga menjadi nilai tambah pengetahuan dalam bidang usaha bisnis tersebut, dan diharapkan dapat bermanfaat bagi penelitian-penelitian mendatang.

2. Manfaat Praktis

- a) Bagi penulis

Diharapkan dengan seluruh tahapan penelitian serta hasil penelitian yang diperoleh dapat memperluas wawasan dan sekaligus memperoleh pengetahuan penulis mengenai penerapan strategi meningkatkan loyalitas konsumen pada angkringan sakarepmu karanggeneng Lamongan.

b) Bagi akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam upaya pengembangan ilmu strategi meningkatkan loyalitas konsumen, dan berguna juga untuk menjadi referensi bagi mahasiswa UNISLA, dan sebagai suatu hasil karya yang dapat di jadikan sebagai bahan wacana dan Pustaka bagi mahasiswa atau pihak yang memiliki ketertarikan meneliti di bidang yang sama.

c) Bagi pelaku usaha

Penulis berharap manfaat hasil penelitian dapat di terima sebagai kontribusi untuk upaya meningkatkan loyalitas konsumen pada angkringan sakarepmu karanggeneng lamongan.