

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

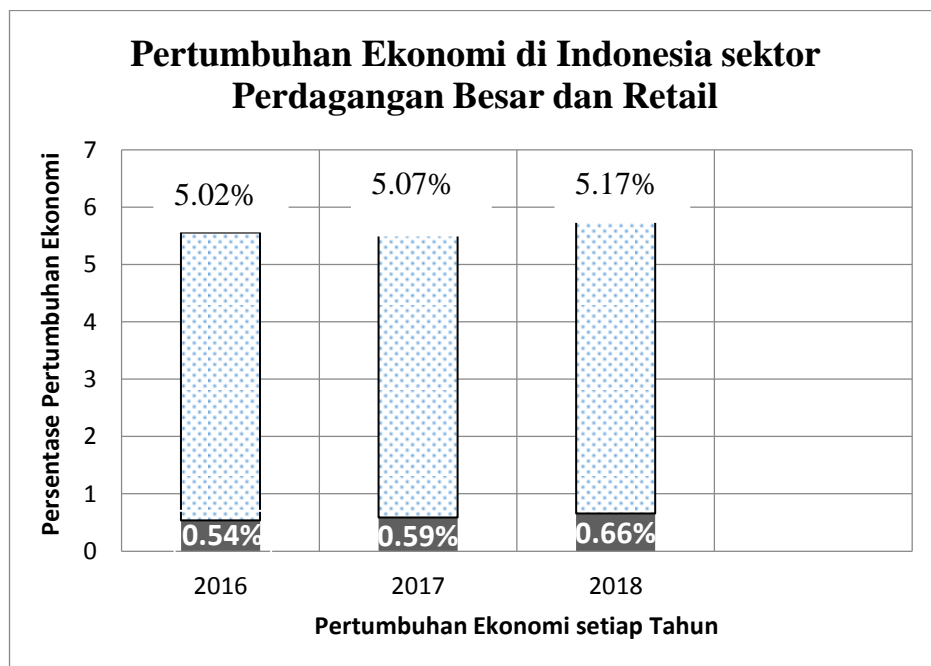
### **A. Latar Belakang Masalah**

Di Indonesia, perkembangan dunia bisnis sangat pesat. Perkembangan ini tidak lepas dari semakin baiknya pertumbuhan ekonomi di suatu negara. Pertumbuhan ekonomi yang meningkat diikuti dengan peningkatan pendapatan masyarakat. Apabila pendapatan masyarakat naik, maka kemampuan daya beli masyarakat terhadap barang atau jasa akan naik. Hal ini terjadi di negara Republik Indonesia dimana rasio pendapatan mengalami pertumbuhan yang pesat akibat peningkatan ekonomi.

Peningkatan ekonomi dapat dilihat dengan meningkatnya permintaan kebutuhan barang atau jasa di dalam negeri, yang diikuti dengan peningkatan produksi, dan akhirnya berdampak pada lapangan kerja. Kondisi demikian menyebabkan persaingan industri yang ketat dan membuat semakin banyaknya perusahaan baru yang membuka usaha.

Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan kondisi ekonomi Indonesia mengalami peningkatan sepanjang tahun 2016, 2017 dan 2018. Dari sisi produksi, hampir semua sektor mencatatkan pertumbuhan yang positif. Salah satu di antaranya adalah sektor perdagangan besar dan retail. Peningkatan tersebut didukung dengan semakin baiknya daya beli masyarakat Indonesia.

Berdasarkan Gambar I.1 bahwa dalam 3 tahun terakhir perekonomian Indonesia mengalami peningkatan. Pada tahun 2016 perekonomian Indonesia berada di angka 5.02%, sementara pada tahun 2017 mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya yaitu 5.07%, dan pada tahun 2018 mengalami peningkatan menjadi 5.17 %. Sektor perdagangan besar dan retail merupakan sektor yang turut berperan dalam peningkatan perekonomian di Indonesia. Dapat dilihat dari Tabel 1, sejak tahun 2016 sampai tahun 2018 sektor tersebut mengalami pertumbuhan yaitu setiap masing- masing tahunnya sebesar 0.54 %, 0.59 %, dan 0.66%.



**Gambar I.1 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia dalam sektor Perdagangan Besar dan Retail.**

(Sumber : <http://bps.go.id>, 2018)

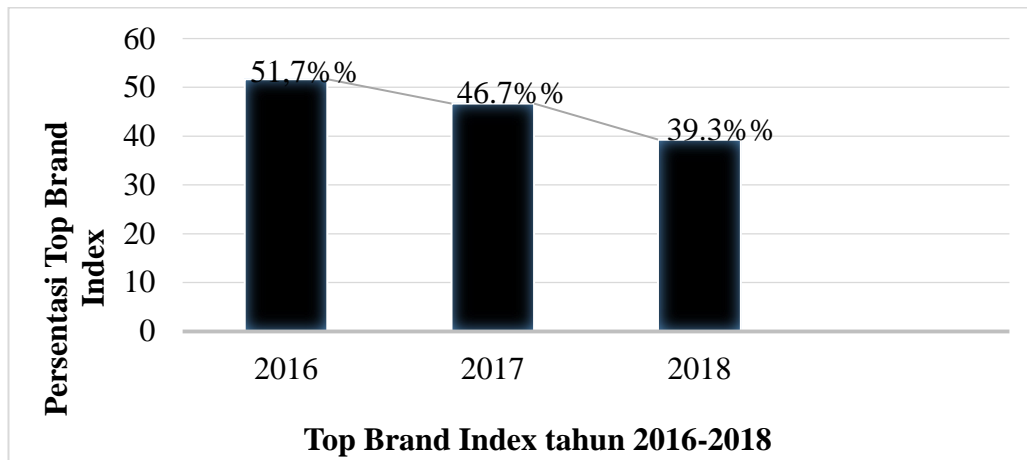
Para pelaku bisnis diharuskan untuk lebih inovatif dan kreatif agar dapat bertahan dan bersaing dengan pelaku bisnis lainnya guna memenuhi kebutuhan

dan keinginan konsumen. Karena saat ini konsumen sudah lebih pintar dan kritis dalam memilih dan menentukan barang apa yang mereka butuhkan. Sehingga perusahaan diwajibkan untuk mengikuti perkembangan dan kebutuhan yang diinginkan konsumen, dengan cara meningkatkan kekuatan yang dimiliki agar tetap bisa bersaing di dunia bisnis.

Salah satu usaha yang diminati masyarakat yaitu waralaba. Waralaba merupakan pendistribusian barang atau jasa ke konsumen akhir yang memberikan hak kepada pelaku waralaba untuk melakukan bisnis dengan kebijakan tertentu. Waralaba yang ada di Indonesia berasal dari lokal maupun interlokal. Salah satu contoh waralaba lokal yaitu Alfamart, sedangkan waralaba luar negeri yang ada di Indonesia yaitu Dunkin' Donuts.

Dunkin' Donuts merupakan toko waralaba donat yang telah cukup lama ada di Indonesia yaitu sejak tahun 1985. Dunkin' Donuts telah berhasil membuka lebih dari 200 gerai yang tersebar di berbagai kota besar Indonesia seperti Jakarta, Tangerang, Bogor, Bekasi, Depok, Surabaya, Bandung, Bali, Medan, Yogyakarta, Makassar, dan lain sebagainya.

Menurut Top Brand Award Dunkin' Donuts merupakan toko donat yang menjadi pilihan masyarakat untuk kategori retail toko donat. Top Brand Award merupakan sebuah penghargaan yang diberikan kepada merek-merek yang meraih predikat TOP. Penghargaan ini diberikan berdasarkan penilaian yang diperoleh dari hasil survei berskala nasional di bawah penyelenggaraan *Frontier Consulting*.



**Gambar I.2 Top Brand Index Dunkin' Donuts 2016-2018**

(Sumber: topbrandawards.com, 2019)

Berdasarkan Gambar I.2 walaupun selalu diberi predikat TOP, Dunkin' Donuts mengalami penurunan persentasi *Top Brand Index* (TBI) dari tahun 2016- 2018. Pada tahun 2016 Dunkin' Donuts mendapat predikat TOP dengan persentasi 51.7%, lalu pada tahun 2017 Dunkin Donut's mendapat predikat TOP dengan persentase 46.7 %, dan tahun 2018 Dunkin Donut's mendapatkan predikat TOP dengan persentase 39.3 %.

Dengan demikian agar perusahaan dapat bertahan dan memenangkan persaingan, perusahaan perlu menerapkan strategi yang baik dan mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah keragaman produk. Keragaman produk merupakan seluruh kumpulan produk yang ingin dijual kepada pembeli.

Kemudian berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui penyebaran angket secara *online* dan wawancara kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di Jakarta, yang pernah melakukan pembelian di Dunkin' Donuts Rawamangun. Hasil yang diperoleh dari *survey* awal adalah konsumen merasa kurangnya keragaman produk yang diberikan oleh Dunkin Donut's Rawamangun dikarenakan varian rasa donat dan minuman yang sedikit, sehingga menyebabkan rendahnya keputusan pembelian.

**Tabel I.1: Data Hasil Survei Awal**

Penyataan	Menjawab Ya	Berbagai Alasan Menjawab Ya	Menjawab Tidak	Berbagai Alasan Menjawab Tidak
Apakah anda pernah membeli di Dunkin' Donuts Rawamangun?	237 orang	Karena suka, tempatnya dekat dari kampus, diajak teman, hanya coba-coba	17 orang	Karena kurang variasi, lebih berminat merek lain
Apakah variasi rasa donat Dunkin' Donuts Rawamangun	53 orang	Beragam dengan banyak variasi rasa, bentuk, dan	209 orang	Sedikit variasi, tidak banyak bentuk dan rasa,

beragam?		ukuran		minuman tidak banyak pilihan
Apakah pegawai Dunkin' Donuts ramah dalam melayani pembeli?	64 orang	Pelayan sangat ramah, pelayan informatif	198 orang	Pelayan tidak informatif, pelayan tidak ramah

**(Sumber: Data di olah oleh Peneliti), Februari 2019.**

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Desi dan Sindarko (2018) tentang Pengaruh Keragaman dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen La Cherie yang menyatakan bahwa keragaman produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sehingga, dapat dikatakan bahwa produk yang beragam akan mempengaruhi keputusan pembelian.

Faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kualitas pelayanan. Pelayanan sendiri merupakan sikap dan aktivitas yang diberikan kepada konsumen agar terjadinya keputusan pembelian. Pelayanan dapat dilihat dari banyak aspek, di antaranya yaitu ketanggapan pramusaji dalam melayani konsumen, sopan santun dalam bertindak dan bertutur kata yang baik kepada konsumen.

Dalam ulasan yang dibagikan konsumen pada detik.com, konsumen merasa kecewa terhadap pelayanan yang diberikan Dunkin' Donuts karena pramusaji tidak ramah kepada konsumen. Salah satunya konsumen bertanya mengenai menu yang tertera dibuku menu tetapi pramusaji tidak informatif kepada konsumen. Selain itu pramusaji sangat lambat dalam menanggapi pesanan dan serorang pegawai yang berada di kasir tidak sopan dengan menertawai konsumen ketika hanya membeli satu potong donat. (Sumber: Detik.com, 2018)

Berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui penyebaran angket secara online dan wawancara kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, diperoleh informasi bahwa kualitas pelayanan Dunkin' Donuts sangat rendah yang disebabkan kurang tanggapnya pramusaji dalam menanggapi pesanan.

Hal ini berkaitan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Prastikan dan Sugiono (2017) tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Leopard Café Way Jepara Lampung Timur yang menyatakan kualitas pelayanan dan keragaman produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Leopard Café Way Jepara Lampung Timur. Sehingga, dapat dikatakan apabila kualitas pelayanan baik, maka keputusan pembelian akan meningkat.

Berdasarkan uraian di atas, dapat ditarik kesimpulan beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu, keragaman produk dan kualitas pelayanan.

Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang telah peneliti sebutkan di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan rendahnya keputusan pembelian Dunkin' Donuts Rawamangun.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disebutkan di atas, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan keragaman produk terhadap keputusan pembelian?
2. Apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kualitas pelayanan dengan terhadap pembelian?
3. Apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan masalah-masalah yang telah peneliti rumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan pengetahuan yang tepat dan dapat dipercaya tentang:

1. Pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian Dunkin' Donuts Rawamangun.



2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Dunkin' Donuts Rawamangun.
3. Pengaruh keragaman produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Dunkin' Donuts Rawamangun.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

1. Peneliti

Sebagai sarana pembelajaran di masa yang akan datang, dan juga menambah pengetahuan peneliti terkait dengan hubungan antara keragaman produk dan kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian Dunkin' Donuts Rawamangun

2. Universitas Negeri Jakarta

Sebagai bacaan ilmiah bagi mahasiswa lain dan memberikan gambaran mengenai hubungan antara keragaman produk dan kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian Dunkin' Donuts Rawamangun

3. Perpustakaan

Kegunaan penelitian bagi perpustakaan ialah guna Menambah koleksi jurnal ilmiah perpustakaan, sehingga dapat dijadikan referensi penelitian bagi peneliti selanjutnya mengenai hubungan antara keragaman produk dan kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian Dunkin' Donuts Rawamangun.

4. Perusahaan

Menambah informasi bagi pihak perusahaan untuk mengetahui factor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian. Sehingga dapat dijadikan bahan pembelajaran dan masukan untuk meningkatkan mutu kualitas perusahaan, dan menentukan strategi-strategi yang berguna untuk konsistensi di dunia pemasaran.