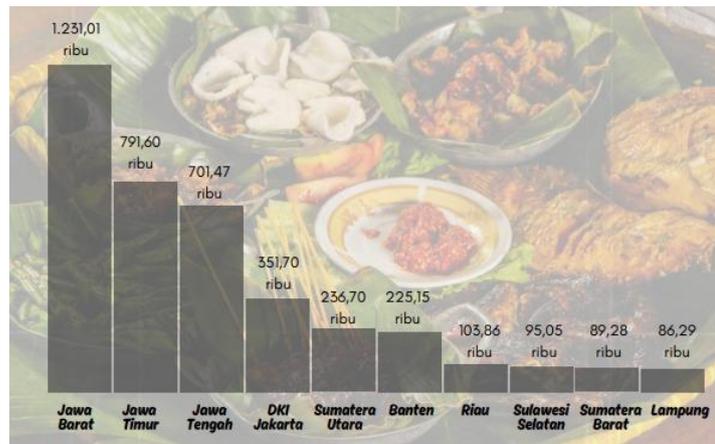


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Usaha penyedia makanan dan minuman di Indonesia bertumbuh sebesar 21,13% (Badan Pusat Statistik 2024). Peningkatan tersebut dikarenakan industri makanan dan minuman merupakan industri yang bersifat dinamis dan salah satu sektor penting dalam perekonomian Indonesia. Faktor yang mempengaruhi hal tersebut karena adanya gaya hidup masyarakat yang semakin sibuk menjadikan peningkatan konsumsi makanan siap saji.



**Gambar 1.1 Pertumbuhan Usaha Penyedia Makanan Dan Minuman**

Sumber: Badan Pusat Statistik (2024)

Perubahan gaya hidup masyarakat berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Paendong & Tielung, 2016). Keputusan pembelian adalah proses pengambilan keputusan untuk membeli barang atau jasa dengan mempertimbangkan kualitas, harga dan produk atau jasa yang akan dibeli

(Wulandari & Mulyanto, 2024). Pertimbangan yang dimiliki oleh konsumen adalah alasan bagaimana konsumen menentukan pilihan terhadap produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan serta harapan yang akan menimbulkan kepuasan atau ketidakpuasan terhadap produk atau jasa tersebut (Erika *et al.*, 2021). Faktor yang bisa menjadi timbulnya kepuasan dan ketidakpuasan adalah promosi, harga, pelayanan dan kualitas produk.

Promosi sering digunakan perusahaan untuk memperkenalkan produknya, sehingga dapat dikenal oleh khalayak ramai. Promosi merupakan komunikasi perusahaan kepada konsumen guna mendorong terciptanya penjualan. Kegiatan promosi dinilai semakin penting dan dibutuhkan untuk menambah jumlah pelanggan potensial (Saleh & Said, 2019). Menurut Hikolo *et al.*(2023) Promosi sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian, tak hanya itu promosi juga mampu menarik konsumen baru maupun mempertahankan konsumen lama.

Selain daripada promosi, faktor pelayanan juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pelayanan merupakan kegiatan yang dilakukan atas dasar pemenuhan kebutuhan konsumen berdasarkan dari tingkat keunggulan produk dan jasa sesuai dengan harapan sehingga dapat terpenuhi keinginan dari konsumen (Rohaeni & Marwa, 2018). Menurut Djafar *et al.* (2023), bahwa tingkat keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diterapkan maka keputusan pembelian juga akan semakin meningkat.

CV Emindo merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang industri makanan dan minuman (*food and beverage*) yang berlokasi di kota Surabaya.

CV Emindo mempunyai beberapa lini usaha makanan yaitu Kedai Mamak, Mie Emje dan Warung Asia. Kedai Mamak menjual makanan khas Malaysia seperti Roti Canai, Roti Tisu dan KopiTiam. Mie Emje menjual makanan Mie Level dan Dimsum seperti Mie Ori, Mie Goreng, Mie Tomyam dan Dimsum Kukus ataupun Goreng. Sedangkan Warung Asia menjual beberapa menu masakan nusantara mulai dari rawon, pecel, soto dan masih banyak lainnya.

Pesatnya pertumbuhan industri makanan dan minuman di kota Surabaya mengakibatkan tingginya persaingan. Hal tersebut membuat para pemilik usaha harus memberikan sesuatu yang menarik dengan cara melakukan promosi dan memberikan kualitas pelayanan yang baik. Sehingga tidak kalah saing dengan kompetitor di sekitarnya. Penerapan kualitas pelayanan yang baik dan promosi yang menarik diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian. Meningkatnya keputusan pembelian akan linear dengan peningkatan pendapatan. Pada Tabel 1.2 menjelaskan terkait penjualan CV Emindo mulai dari bulan Juni 2024 sampai Maret 2025 mengalami penurunan penjualan yang mungkin saja diakibatkan karna kurangnya kegiatan promosi ataupun kualitas pelayanan yang belum baik.

**Tabel 1.1 Penjualan CV**

Sumber: CV Emindo (2024)

Berdasarkan pernyataan diatas peneliti bertujuan untuk mengkaji beberapa faktor yang menjadi pengaruh promosi dan pelayanan terhadap keputusan pembelian pada pelanggan CV Emindo Surabaya. Pemahaman yang baik atas setiap faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pelanggan CV Emindo Surabaya dapat memberikan rekomendasi strategis untuk meningkatkan keputusan pembelian di CV Emindo. Maka dari itu peneliti membuat penelitian ini dalam bentuk skripsi “Pengaruh Promosi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan CV Emindo Surabaya.”

## 1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di jelaskan, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara promosi dengan keputusan pembelian pada pelanggan CV Emindo Surabaya?
2. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pelayanan dengan keputusan pembelian pada pelanggan CV Emindo Surabaya?
3. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara promosi dan pelayanan dengan keputusan pembelian pada pelanggan CV Emindo Surabaya?

### **1.3 Batasan Masalah**

Batasan dalam penelitian ini yakni mencakup beberapa aspek :

1. Penelitian ini berfokus pada pengaruh promosi dan pelayanan terhadap keputusan pembelian pada pelanggan CV Emindo Surabaya
2. Penelitian ini dilakukan kepada pelanggan CV Emindo Surabaya
3. Penelitian ini meneliti pengaruh dua variabel independen, yaitu promosi dan pelayanan serta pengaruh terhadap satu variabel dependen, yaitu keputusan pembelian.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dari rumusan masalah yang telah dijabarkan maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di CV Emindo Surabaya

2. Mengetahui pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian di CV Emindo Surabaya
3. Mengetahui pengaruh promosi dan pelayan terhadap keputusan pembelian pada pelanggan CV Emindo Surabaya.

### **1.5 Manfaat penelitian**

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan berguna bagi perusahaan untuk mengetahui seberapa efektif promosi dan pelayanan terhadap keputusan pembelian di CV Emindo Surabaya. Sehingga dengan mengetahui tingkat efektivitas kedua variabel tersebut perusahaan bisa merancang strategi.

2. Bagi STIAMAK Barunawati

Penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan dalam bidang ilmu pemasaran, khususnya terkait promosi dan pelayanan. Serta menambah bahan ajar dan kajian untuk kedepannya.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan bagi peneliti terkait pengaruh promosi dan pelayanan terhadap keputusan pembelian, khususnya di bidan makanan dan minuman.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah pemahaman dalam penulisan ini maka penulis menyusun dalam suatu sistematika penulisan sebagai berikut:

### **1. BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan peneliti yang ditulis secara terstruktur dan tertata rapi sehingga dapat mudah dipahami.

### **2. BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi tentang landasan teori yang menjadi dasar pemikiran dalam menyusun pembahasan masalah yang akan diteliti. Landasan teori didapat dari jurnal, buku dan literatur lainnya

### **3. BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang langkah-langkah yang dilakukan oleh penulis dalam melakukan penelitian mulai dari awal penelitian hingga penulisan laporan akhir sehingga hasil yang didapatkan tepat sasaran maka diperlukannya langkah-langkah yang terstruktur terarah dan jelas

### **4. BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi mengenai analisis dan hasil pengamatan, pengumpulan dan pengolahan data untuk pembuatan laporan penelitian

### **5. BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dari pokok-pokok pembahasan disertai dengan saran-saran bagi pihak yang terlibat dari penelitian ini untuk

memperbaiki kekurangan dalam penelitian agar diperbaiki pada penelitian selanjutnya.