

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Perkembangan dan persaingan dunia bisnis semakin ketat, sehingga kebijakan dan strategi dari perusahaan turut mengalami banyak inovasi dan kreatifitas. Sebuah kepercayaan dan loyalitas dari konsumen sangatlah penting demi kemajuan perusahaan dan tentunya hal ini dapat terwujud dengan strategi penjualan yang tepat. Perusahaan jika ingin mendapatkan profit atau keuntungan yang maksimal, sudah seharusnya melakukan berbagai macam upaya untuk meningkatkan dan mengembangkan layanannya agar dapat tercapai tujuan yang diharapkan. [1]

Perubahan yang terjadi diberbagai sisi bidang kehidupan secara tidak langsung ikut mempengaruhi pola hidup masyarakat. Demikian halnya dengan konsumsi masyarakat, terus mengalami perubahan. Hal ini dapat dilihat dari pengeluaran rata-rata perkapita untuk makanan terus mengalami peningkatan. Selain itu, mobilitas penduduk semakin meningkat sehingga banyaknya ibu rumah tangga dan wanita yang bekerja, menyebabkan tuntutan kepraktisan dalam mengkonsumsi makanan.

Persaingan yang semakin ketat membuat masing-masing rumah makan saling berusaha untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya, maka dari itu rumah makan haruslah menjaga konsumen yang ada supaya tidak berpindah tempat, dengan cara meningkatkan kualitas pelayanannya agar konsumen merasa puas. Kondisi pelanggan yang semakin kritis dalam hal menilai kualitas juga mengharuskan perusahaan untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan mutu produknya agar terhindar dari klaim atau ketidakpuasan konsumen. Kepuasan konsumen menjadi hal dasar yang paling utama dan penting untuk menunjukkan nilai lebih suatu perusahaan dari pesaing-pesaing bisnis lainnya, sehingga para konsumen memilih untuk membeli produk mereka yang kemudian akan memberikan dampak yang baik untuk perusahaan tersebut. Saat ini konsumen dalam memilih suatu produk akan melalui tahap percobaan terlebih dahulu. [1]

Kepuasan pelanggan tergantung pada kinerja anggapan produk relatif terhadap ekspektasi pembeli. Kinerja produk tidak memenuhi ekspektasi. Menyebabkan pelanggan kecewa, dan jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi akan menyebabkan pelanggan puas. Banyak perusahaan-perusahaan yang berpusat pada pelanggan berusaha memberikan kepuasan pelanggan. Perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menurunkan harga produk atau meningkatkan pelayanannya, tetapi tindakan ini mungkin menurunkan keuntungan. [2]

Strategi pemasaran menjadi prioritas utama yang harus dimiliki setiap perusahaan dalam rangka mencapai tujuan-tujuannya. Strategi merupakan rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan yang meliputi produk, harga, lokasi, promosi, dan pelayanan. [24]

Angkringan Nasi Jamblang Ibu Sun Khas Cirebon menerapkan sistem pelayanan yang ramah terhadap konsumen. Sistem pelayanan yang diterapkan di Angkringan Nasi Jamblang Ibu Sun Khas Cirebon yaitu ketika konsumen datang, langsung melakukan pemesanan dan pembayaran dikasir. Konsumen dapat memilih sendiri meja yang diinginkan. Pihak Angkringan Nasi Jamblang Ibu Sun Khas Cirebon belum mengetahui harapan dan keinginan konsumen, sehingga belum diketahui apakah konsumen sudah merasa puas atau belum dengan pelayanan yang telah diberikan. Karena alasan ini sangat mempengaruhi tingkat penjualan jika konsumen sudah merasa puas dengan cita rasa, pelayanan, dan harga.

Oleh karena itu untuk mengetahui bagaimana pengaruh strategi pemasaran dan kepuasan konsumen terhadap jumlah penjualan menggunakan metode analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) karena PLS merupakan model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berbasis komponen atau varian serta SEM dapat diibaratkan sebagai penggabungan antara analisa faktor dan analisa regresi berganda.

Berdasarkan Latar Belakang diatas, maka penulis memilih judul penelitian : **“Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Tingkat Penjualan Pada Angkringan Nasi Jamblang Ibu Sun Khas Cirebon”**

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang diurai di atas, maka peneliti menentukan rumusan masalahnya yaitu:

1. Bagaimana pengaruh strategi pemasaran terhadap jumlah penjualan pada Angkringan Nasi Jamblang Ibu Sun Khas Cirebon?
2. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen terhadap jumlah penjualan pada Angkringan Nasi Jamblang Ibu Sun Khas Cirebon?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah penjualan pada Angkringan Nasi Jamblang Ibu Sun Khas Cirebon.
2. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan konsumen dalam meningkatkan jumlah penjualan pada Angkringan Nasi Jamblang Ibu Sun Khas Cirebon.

## **1.4. Batasan Masalah**

Batasan masalah pada penelitian ini yaitu bertujuan untuk melakukan penelitiannya lancar dan difokuskan pada strategi pemasaran dalam meningkatkan daya tarik minat pelanggan dan meningkatkan jumlah penjualan pada Angkringan Nasi Jamblang Ibu Sun Khas Cirebon.

## **1.5. Sistematika Penulisan**

Skripsi ini menerangkan tentang sistematika penulisan yang didalamnya terdapat 5 (lima) bab yaitu sebagai berikut:

## **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang, rumus masalah, tujuan penelitian, batas masalah dan sistematika penulisan.

## **BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini membahas semua teori yang berkaitan dengan penelitian.

## **BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini membahas mengenai diagram alir dari mulainya proses awal dalam suatu jalannya penelitian bertujuan untuk menyelesaikan masalah.

## **BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas mengenai hasil dari pengolahan data yang dihasilkan dari jawaban responden.

## **BAB 5 KESIMPULAN**

Bab ini adalah akhir dari penelitian yang berisi kesimpulan dan saran.