

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bandung dikenal sebagai Kota Kembang karena keindahan alamnya, serta dikatakan juga sebagai *Parijs van Java* karena keindahannya menyerupai kota Paris. Tidak hanya populer dengan pemandangan alamnya yang indah dan suasana sejuk, tetapi Bandung juga dikenal sebagai surga kuliner di Indonesia. Salah satu aspek penting dari kuliner di Bandung adalah jasa katering yang menyediakan berbagai pilihan makanan untuk acara-acara tertentu. Jasa katering di Bandung menawarkan berbagai menu dari masakan tradisional hingga hidangan internasional sehingga terkenal dengan inovasi kulinernya. Industri katering di Bandung telah berkembang pesat selama beberapa tahun terakhir. Jasa katering sebelumnya hanya terbatas pada acara-acara keluarga kecil, namun dengan seiring berkembangnya ekonomi dan meningkatnya kebutuhan akan makanan untuk berbagai acara, jasa katering ikut mengalami perkembangan. Jasa boga yang sering digunakan untuk acara tertentu (katering), merupakan kegiatan menyediakan jasa makanan atas dasar perjanjian kontrak dengan pelanggan dan lokasi ditentukan oleh pelanggan untuk acara tertentu (Service & Statistiscs, 2024:11). Badan Pusat Statistik dalam laporannya menyatakan bahwa usaha jasa boga atau katering memberikan kontribusi sebanyak 3,48% dari total 4,85 juta unit usaha penyedia makanan dan minuman di Indonesia. Katering merupakan penyedia makanan yang memasak, menyajikan, dan menyiapkan untuk acara tertentu dengan cara praktis.

Di tengah perkembangan usaha kuliner, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) salah satunya adalah Cherry Katering bertempat di Permata Kopo, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Sebagai penyedia makanan untuk berbagai acara seperti pernikahan, syukuran, khitanan, ulang tahun dan berbagai acara lainnya, Cherry katering menyajikan makanan dengan bentuk prasmanan dan dilayani langsung oleh pegawainya. Saat ini Cherry katering sedang dihadapkan pada persaingan ketat dengan adanya fenomena yang terjadi, banyaknya pesaing usaha katering di Bandung yang menyediakan berbagai penawaran yang lebih bervariasi baik dari segi layanan maupun kualitas produk. Cherry katering mengalami penurunan jumlah konsumen, karena konsumen tidak hanya mementingkan cita rasa makanan, layanan menjadi bahan pertimbangan sebelum konsumen akan melakukan pembelian. Konsumen lebih selektif dalam memilih katering sehingga Cherry katering harus mampu memahami dan menyesuaikan kebutuhan dan keinginan konsumen yang menjadi pertimbangan dalam melakukan pembelian.

Berikut merupakan data konsumen yang telah melakukan pembelian pada Cherry katering pada tahun 2023-2024 :

Tabel 1.1
Data Konsumen Cherry Katering Tahun 2023-2024

No.	Bulan	Tahun	
		2023	2024
1.	Januari	8	5
2.	Februari	8	8
3.	Maret	7	2
4.	April	5	3
5.	Mei	9	5
6.	Juni	7	2
7.	Juli	11	4

No.	Bulan	Tahun	
		2023	2024
8.	Agustus	6	3
9.	September	11	8
10.	Oktober	3	6
11.	November	5	7
12.	Desember	4	7
	Total	84	60

Sumber : Cherry katering, data diolah peneliti 2025

Berdasarkan pada tabel 1.1 menunjukkan data konsumen Cherry katering selama dua tahun, yaitu tahun 2023-2024 yang terbagi berdasarkan bulan mengalami fluktuasi. Berdasarkan data di atas terjadi penurunan jumlah konsumen dari tahun 2023 ke tahun 2024. Pada tahun 2023 data konsumen Cherry katering berjumlah 84 acara, sedangkan pada tahun 2024 menurun menjadi 60 acara, berarti terjadi penurunan sebanyak 24 acara. Pada tahun 2023 jumlah konsumen tertinggi terjadi pada bulan Juli dan September pada setiap bulannya terdapat 11 acara, sedangkan jumlah konsumen terendah terdapat pada bulan Oktober dan Desember yaitu hanya terdapat 3 dan 4 acara. Sedangkan pada tahun 2024 jumlah acara tertinggi ada pada bulan Februari dan September, pada bulan Februari terdapat 8 acara dan September terdapat 8 acara, lalu jumlah terendah ada pada bulan Maret dan Juni yaitu pada setiap bulannya hanya terdapat 2 acara. Untuk memperkuat penelitian ini, peneliti melakukan tinjauan awal kepada 29 orang menggunakan kuesioner yang telah melakukan pembelian pada Cherry katering.

Keputusan pembelian merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia dalam membeli suatu barang dan jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan. Keputusan pembelian merupakan hal penting untuk

keberlangsungan bisnis salah satunya katering, karena dapat secara langsung memengaruhi keuntungan dan keberlanjutan bisnis tersebut. Menurut Multriarti & Silitonga (2025:276) Keputusan pembelian adalah hasil dari berbagai pertimbangan yang melibatkan faktor internal dan eksternal terutama dalam katering. Keputusan pembelian konsumen dalam katering dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk layanan, kualitas produk dan lainnya. Pada tahap keputusan pembelian konsumen telah melalui proses identifikasi kebutuhan di mana individu melalui evaluasi dan memutuskan untuk memilih satu alternatif terbaik dari berbagai pilihan yang ada dengan mencerminkan kesiapan konsumen untuk menukarkan sesuatu yang bernilai seperti uang dengan manfaat dari produk dan jasa. Pada katering, konsumen melakukan pembelian dimulai setelah pembeli mengenal suatu kebutuhan dan pencarian informasi. Berikut merupakan pra-survey mengenai keputusan pembelian pada Cherry katering.

Tabel 1.2

Hasil Pra-Survey Keputusan Pembelian Cherry Katering

No	Pertanyaan	F	Kategori		F	Jumlah Responden
			Ya	Tidak		
Keputusan Pembelian						
1	Apakah Anda memilih Cherry katering karena sesuai dengan kebutuhan dan merasa sudah tepat dengan Cherry katering?	13	44,8%	55,2%	16	100%
2	Apakah Anda merasa Cherry katering selalu tersedia untuk	13	44,8%	55,2%	16	100%

	memenuhi kebutuhan konsumsi acara?					
3	Apakah memesan di Cherry katering sesuai dengan waktu dan jadwal acara dan dalam jumlah yang sesuai dengan kebutuhan konsumsi acara?	14	48,3%	51,7%	15	100%
	Rata-rata		45,7%	54,3%		100%

Sumber : data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan pada tabel 1.2 hasil pra – survey keputusan pembelian pada Cherry katering menunjukkan bahwa masih terdapat ketidaksetujuan, terutama dalam Apakah Anda memilih Cherry katering karena sesuai dengan kebutuhan dan merasa sudah tepat dengan Cherry katering. Dari total 29 responden hanya 44,8% yang menyatakan akan menggunakan kembali jasa Cherry katering dan merasa tepat dalam memilih Cherry katering pada masing-masing pertanyaan. Sementara 55,2% lainnya menyatakan Tidak. Dengan memilih Cherry katering sesuai dengan kebutuhan dan merasa sudah tepat dengan katering memberikan banyak keuntungan bagi konsumen. Menurut Radenbro (2022) Keuntungan ini mencakup efisiensi waktu, kepraktisan, variasi menu, dan kualitas menu yang terjamin. Selain itu terdapat kendala dalam Apakah Anda merasa Cherry katering selalu tersedia untuk memenuhi kebutuhan konsumsi acara, karena hanya 44,8% yang menyatakan Ya, sedangkan 55,2% menyatakan Tidak. Rata-rata keputusan pembelian pada Cherry katering berada di angka 45,7% (Ya) berbanding 54,3% (Tidak). Hasil ini

menunjukkan bahwa mayoritas responden belum sepenuhnya yakin terhadap Cherry katering, sehingga diperlukan evaluasi lebih lanjut.

Layanan merupakan tingkat keunggulan yang dapat memenuhi harapan pelanggan. Layanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan dalam penyampaian. Pentingnya Layanan pada usaha katering sangat krusial dalam melakukan pembelian, menurut Putri (2022:3) Layanan yang baik, seperti kualitas makanan, kebersihan, keramahan staf, ketepatan waktu pengiriman, dan kemampuan menangani keluhan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan menjadi pendorong mereka dalam melakukan pembelian ulang. Layanan dapat tercermin dari sejauh mana pelayanan tersebut mampu menjawab ekspektasi pelanggan, baik dari segi ketepatan waktu, kesesuaian dengan kebutuhan, dan kemampuan penyedia layanan dalam berinteraksi dengan konsumen. Sebagai langkah awal peneliti melakukan wawancara kepada pemilik Cherry katering dan observasi yang didapatkan dari hasil kuesioner kepada konsumen. Berikut merupakan pra-survey mengenai Layanan pada Cherry katering.

Tabel 1.3
Hasil Pra-Survey Layanan pada Cherry Katering

No.	Pertanyaan	F	Kategori		F	Jumlah Responden
		%	Ya	Tidak	%	
Layanan						
1	Apakah pegawai Cherry katering bersikap perhatian dan sopan?	13	44,8%	55,2%	16	100%

2	Apakah layanan pengantaran makanan tepat waktu?	12	41,4%	58,6%	17	100%
3	Apakah Cherry katering cepat dan tanggap dalam menangani keluhan atau permintaan?	14	48,3%	51,7%	15	100%
4	Apakah proses pemesanan Cherry katering mudah dan jelas?	13	44,8%	55,2%	16	100%
	Rata-rata	29	44,9%	55,1%		100%

Sumber : data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan pada tabel 1.3 hasil pra-survey layanan Cherry katering, menunjukkan bahwa masih terdapat ketidaksetujuan atau permasalahan pada layanan pengantaran makanan tepat waktu. Dari 29 responden, hanya 41,4% yang menyatakan Ya bahwa pengiriman makanan Cherry katering sudah tepat pada waktunya, sementara 58,6% lainnya menyatakan Tidak yang berarti masih adanya keterlambatan dalam pengiriman makanan di Cherry katering. Keterlambatan pengiriman makanan dapat mengganggu keberlangsungan acara atau kegiatan yang membutuhkan makanan seperti pernikahan atau acara lainnya. Dalam LSU Pariwisata (2024) risiko utama dari keterlambatan ini akan berujung kepada kekecewaan pelanggan. Pelanggan memesan katering biasanya memiliki jadwal yang ketat, dan keterlambatan dapat mengganggu acara mereka secara keseluruhan. Untuk itu rata-rata yang merasa tepat dari layanan Cherry katering berada di angka 44,9% (Ya) berbanding 55,1% (Tidak) menunjukkan masih adanya permasalahan.

Kualitas produk merupakan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi daripada keinginan pelanggan. Dalam menjalankan usaha katering, kualitas produk menjadi faktor krusial yang tidak dapat diabaikan terutama dalam industri makanan. Usaha katering dengan produk berkualitas akan membangun reputasi yang baik dimata pelanggan dan calon pelanggan. Menurut Aditya (2020:22) hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik akan bertumbuh dengan pesat, dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain. Kualitas produk dapat dipahami sejauh mana suatu barang mampu memberikan hasil atau tampilan yang tidak hanya sesuai tetapi juga mampu melampaui harapan konsumen. Produk yang memiliki kualitas unggul cenderung disukai karena memberikan pengalaman yang bagus, baik dari fungsinya, keawetan, dan penampilan. Kualitas produk pada katering tidak hanya memperhatikan soal rasa, tetapi konsumen memperhatikan dari segi kebersihan, kerapian tampilan makanan, daya tahan dan konsistensi pada makanan. Berikut merupakan pra-survey mengenai kualitas produk pada Cherry katering.

Tabel 1.4

Hasil Pra-Survey Kualitas Produk Cherry Katering

No.	Pertanyaan	F	Kategori		F	Jumlah Responden
		%	Ya	Tidak	%	
Kualitas Produk						
1	Apakah Anda merasa makanan yang disajikan Cherry katering bervariasi dan enak?	14	48,3%	51,7%	15	100%
2	Apakah makanan Cherry katering tetap dalam kondisi baik hingga acara selesai, dan pihak katering sigap menangani jika terjadi kendala pada pesanan?	12	41,4%	58,6%	17	100%
3	Apakah Makanan yang disediakan Cherry katering tetap dalam kondisi baik dengan jumlah pesanan besar, dan disajikan sesuai dengan standar penyajian makanan untuk acara?	14	48,3%	51,7%	15	100%
4	Apakah Cherry katering menyajikan makanan dengan tampilan menarik dan memberi Kesan berkualitas sebagai katering professional?	13	44,8%	55,2%	16	100%
Rata – rata			45,7%	54,3%		100%

Sumber : data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan pada tabel 1.4 hasil pra-survey kualitas produk pada Cherry katering, diperoleh data bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas produk masih tergolong rendah terutama dalam Apakah makanan Cherry katering tetap dalam kondisi baik hingga acara selesai, dan pihak katering sigap menangani jika terjadi kendala pada pesanan. Dari total 29 responden, hanya 41,4% yang menyatakan Ya bahwa makanan Cherry katering tetap dalam kondisi baik hingga acara selesai, dan pihak katering sigap menangani jika terjadi kendala pada pesanan, sementara 58,6% menyatakan Tidak. Pada katering permasalahan di atas sangat penting, makanan yang disimpan dengan baik terhindar dari kontaminasi bakteri atau perubahan rasa yang tak diinginkan yang nantinya dapat merusak reputasi acara dan penyedia katering. Maka dari itu diperoleh rata – rata 45,7% responden yang menjawab (Ya) terhadap kualitas produk yang ditawarkan. Sementara itu, sebanyak 54,3% responden memberikan jawaban (Tidak), yang berarti mereka belum merasakan kualitas produk yang sesuai dengan harapan.

Dapat dicermati dari ketiga variabel di atas, dimata responden masih menggambarkan suatu masalah yang layak untuk diteliti, ketiganya berdampak pada keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan latar belakang, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang dituangkan dalam sebuah skripsi dengan judul **”Pengaruh Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cherry Katering Bandung”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan, dapat ditarik identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Terjadinya penurunan data konsumen yang menggunakan jasa Cherry katering Bandung.
2. Untuk mengetahui layanan yang diberikan Cherry katering, dengan adanya tanggapan konsumen mengenai keterlambatan pengiriman makanan pada Cherry katering Bandung.
3. Untuk mengetahui kualitas produk yang diberikan Cherry katering, terkait rasa dan ketahanan makanan yang dirasa belum memenuhi ekspektasi konsumen.
4. Sebagian konsumen merasa kurang tepat menggunakan jasa layanan Cherry katering Bandung sehingga memutuskan untuk tidak melakukan pembelian ulang.

1.3 Pembatasan Masalah

1. Batasan masalah bertujuan untuk mempermudah dalam pemecahan masa lingkup penelitian, maka penulis hanya membatasi dengan menggunakan 3 variabel yaitu layanan, kualitas produk, dan keputusan pembelian.
2. Subjek penelitian ini adalah Cherry katering yang berlokasi di Permata Kopo, Blok F 131, Kabupaten Bandung, Jawa Barat.
3. Objek penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan pembelian di Cherry katering Bandung.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, peneliti dapat menyimpulkan beberapa rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini. Adapun rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kondisi responden mengenai kualitas layanan pada Cherry katering Bandung.
2. Bagaimana kondisi responden mengenai kualitas produk pada Cherry katering Bandung.
3. Bagaimana kondisi responden mengenai keputusan pembelian pada Cherry katering Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh layanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Cherry katering Bandung.

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dilakukan penelitian ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program S1 Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Sangga Buana YPKP Bandung, adapun penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui, mendeskripsikan, dan menganalisis layanan pada Cherry katering Bandung.
2. Mengetahui, mendeskripsikan, dan menganalisis Kualitas Produk pada Cherry katering Bandung.
3. Mengetahui, mendeskripsikan, dan menganalisis Keputusan Pembelian pada Cherry katering Bandung.
4. Mengetahui, mendeskripsikan, dan menganalisis Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Cherry katering Bandung.

1.6 Kegunaan Penelitian

1.6.1 Kegunaan Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memperkaya wawasan keilmuan dibidang manajemen pemasaran, khususnya mengenai pengaruh layanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi tambahan referensi bagi pembaca dan peneliti selanjutnya dalam ruang lingkup lebih.

1.6.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi peneliti

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan peneliti dapat memperluas pengetahuan dan wawasan lebih mengenai pengaruh layanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan perusahaan dan usaha mikro kecil (UMKM) untuk mengetahui seberapa besar pengaruh layanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Sehingga pihak perusahaan dan UMKM dapat mempertimbangkan hasil penelitian sebagai strategi pemasaran dimasa yang akan datang dengan memenuhi kriteria yang diinginkan pelanggan.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Lokasi yang digunakan oleh peneliti bertempat di Cherry katering, Permata Kopo, Blok F 131, Kecamatan Margahayu, Kabupaten Bandung, Jawa Barat.

1.7.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret 2025 hingga Agustus 2025, dengan tahapan meliputi :

Tabel 1.5
Rincian Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1	Judul						
2	BAB I						
3	BAB II						
4	BAB III						
5	UP						
6	BAB IV						
7	BAB V						
8	Sidang Akhir						