

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia usaha dewasa ini semakin berkembang dengan persaingan bisnis yang semakin pesat. Setiap perusahaan pada umumnya ingin berhasil dalam menjalankan usahanya. Dalam melakukan pemasaran, perusahaan harus berusaha memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya, akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran guna terciptanya kepuasan bagi pelanggan serta diharapkan melakukan pembelian kembali. Berbagai macam industri yang berkembang di Indonesia salah satunya adalah industri makanan dan minuman rumah makan atau restoran. Menurut Masrum (2005) restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang dikelola secara komersial, yang menjual sebuah produk makanan atau minuman dan memberikan pelayanan kepada semua pelanggannya.

Peningkatan industri rumah makan di Indonesia khususnya di Singaraja ini disebabkan karena adanya daya jual yang tinggi dari perusahaan disertai dengan permintaan yang tinggi dari konsumen. Banyaknya industri rumah makan akan berpengaruh terhadap karakteristik konsumen dalam memilih rumah makan atau restoran. Faktor lain adalah gaya hidup masyarakat yang mengutamakan nilai kepraktisan, kecepatan dan efisiensi waktu. Tidak dipungkiri, banyak orang yang

tidak memiliki waktu untuk memasak makanan sendiri dirumah, dan lebih menyukai makanan cepat saji. Kebiasaan tersebut memberi peluang terbentuknya usaha restoran atau rumah makan baru. Berbagai macam rumah makan atau restoran berlomba-lomba menciptakan berbagai jenis makanan serta minuman untuk memenuhi kebutuhan dan minat dari konsumen, sehingga dewasa ini banyak sekali jenis rumah makan atau restoran yang mulai bermunculan.

Semakin ketatnya persaingan antar perusahaan dewasa ini menuntut perusahaan harus mampu bertahan dan berkompetisi dengan perusahaan lain. Keputusan pembelian konsumen sangat mempengaruhi keberlangsungan hidup dari sebuah perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Mariana (2015) dalam penelitiannya tentang keputusan pembelian, menyatakan bahwa variabel kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Salah satu cara yang dapat ditempuh perusahaan untuk bertahan dalam persaingan yang ketat yaitu meningkatkan kualitas produk. Kotler dan Armstrong (2008) menyatakan bahwa ketika kualitas produk yang dihasilkan semakin baik maka akan memberikan peluang yang lebih besar kepada konsumen untuk melakukan sebuah keputusan pembelian. Mutu atau cita rasa makanan menjadi salah satu keunggulan yang perlu dipertahankan oleh perusahaan dibidang rumah makan agar usahanya tetap berjalan lancar dan memperoleh keuntungan. Salah satu atribut produk yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian adalah kualitas (Tunjungsari dan Iriani, 2015). Dalam menikmati hidangan atau makanan, setiap orang memiliki cara yang berbeda untuk memenuhinya. Tidak sedikit konsumen cenderung memilih rumah makan yang

sederhana tetapi memberikan kepuasan dalam rasa makanan yang disantapnya. Sebagian konsumen beranggapan bahwa, daripada makan makanan yang mewah serta mahal tetapi tidak cukup lezat rasanya, lebih baik memilih makanan yang sederhana dengan rasa yang lezat sesuai dengan selera konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan harus benar-benar memperhatikan kualitas produk. Pernyataan diatas didukung oleh penelitian sebelumnya, yaitu penelitian Tunjungsari dan Iriani (2015) dalam penelitiannya tentang keputusan pembelian, menyatakan bahwa variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Rawung dkk. (2015) yang menyatakan bahwa secara parsial kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selain kualitas produk, harga juga merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian. Harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran karena harga dapat memengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian suatu produk (Ferdinand, 2000). Banyak alasan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, salah satunya adalah alasan ekonomis, karena harga yang rendah atau murah menjadi pemicu penting untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Perusahaan harus menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang akan dijual, begitu juga pada rumah makan, harga yang ditetapkan harus sesuai dengan kualitas atau cita rasa makanan yang disajikan. Dalam membeli produk atau jasa hal penting yang diperhatikan oleh konsumen adalah harga (Rachman, 2017). Jika harga yang ditetapkan oleh perusahaan sesuai dengan kualitas produk, maka konsumen akan melakukan pembelian kembali. Alasan ekonomis menunjukkan bahwa harga yang rendah

atau harga yang berkompetisi merupakan salah satu pemicu penting untuk meningkatkan kinerja pemasaran, ini sesuai dengan konsep produksi yang menyatakan bahwa konsumen lebih menyukai produk yang berharga murah. Pernyataan tersebut sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rachman (2017) dalam penelitiannya menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Deisy dkk. (2018) yang menyatakan bahwa secara parsial harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pemilihan Warung Bule Singaraja sebagai lokasi dari penelitian ini, karena usaha restoran ini merupakan salah satu usaha kuliner di Singaraja yang cukup diminati oleh masyarakat sejak dari awal berdiri. Warung Bule Singaraja berdiri pada bulan Januari tahun 2018. Pada awal berdiri restoran ini berlokasi di jalan Sudirman Singaraja, kemudian pada bulan Maret 2019 Warung Bule Singaraja tutup selama tiga bulan. Warung Bule Singaraja kemudian membuka cabang di jalan Imam Bonjol Singaraja pada bulan Juni 2019. Menu makanan dan minuman yang di sajikan Warung Bule Singaraja bervariasi, mulai dari berbagai macam *pizza*, aneka rujak, *burger*, *spaghetti*, *snacks*, steak, aneka nasi goreng serta berbagai macam minuman seperti aneka *milkshakes*, aneka *juice*, es teh, teh hangat, , *lemon tea*, *mango tea*, *taro tea*, *matcha tea*, *strawbery tea*, *chocolate tea*, *milk tea* dan *bule thai tea*.

Warung Bule Singaraja ini cukup menarik perhatian masyarakat, dimana mayoritas pelanggannya dari kalangan remaja hingga dewasa. setiap hari pelanggannya selalu ramai didatangi pengunjung. Dengan demikian bisnis ini dapat dikatakan berhasil dalam menjalankan usaha bisnisnya. Namun berdasarkan

wawancara dengan supervisor Warung Bule, menyatakan bahwa terjadi fluktuasi penjualan periode November 2018 – Agustus 2019 pada Warung Bule Singaraja. Data penjualan periode November 2018 – Agustus 2019 pada Warung Bule Singaraja dapat dilihat pada tabel 1.2

Tabel 1.2 Data Penjualan Warung Bule Singaraja
Periode November 2018 – Agustus 2019

Bulan	Penjualan (Rp)
November 2018	89.127.000,-
Desember 2018	92.830.000,-
Januari 2019	73.653.000,-
Februari 2019	51.656.000,-
Maret 2019	0,-
April 2019	0,-
Mei 2019	0,-
Juni 2019	45.342.000,-
Juli 2019	46.654.000,-
Agustus 2019	44.765.000,-

(Sumber : lampiran 01)

Pusat Warung Bule Singaraja yang awalnya berada di jalan Sudirman kemudian pindah lokasi ke desa Pemaron Singaraja dan dibuka mulai dari bulan November 2019. Lokasi yang digunakan penelitian ini adalah Warung Bule yang berlokasi di Pemaron Singaraja. Permasalahan yang terjadi pada Warung Bule yang berlokasi di Pemaron Singaraja juga hampir sama dengan Warung Bule yang berlokasi di jalan Imam Bonjol Singaraja yaitu penurunan jumlah pelanggan yang berkunjung ke Warung Bule Singaraja. Pelanggan ramai berkunjung ketika bulan awal Warung Bule Singaraja dibuka. Di bulan-bulan selanjutnya jumlah pengunjung mulai menurun. Hal tersebut disebabkan karena Warung Bule sempat tutup sementara, alasan tutup sementara adalah berpindahnya lokasi Warung Bule Singaraja yang awalnya berada di Jalan Sudirman Singaraja kini berlokasi di

Pemaron Singaraja. Selain itu pelanggan menjadi jenuh ataupun bosan terhadap suasana Warung Bule Singaraja yang monoton tanpa adanya inovasi baru sehingga konsumen cenderung berpindah ke restoran/rumah makan lain. Rasa dan porsi makanan yang disajikan tidak sama ketika produk dicoba berkali-kali. Ini disebabkan karena Warung Bule Singaraja tidak mempunyai standarisasi produk.

Variabel lain yang sangat penting yang menyebabkan menurunnya volume penjualan yaitu harga. Di kota Singaraja kebanyakan remaja-remajanya adalah pelajar yang tidak sedikit adalah anak kost. Sementara harga yang ditetapkan Warung Bule Singaraja tidak cocok dengan karakteristik pelajar yang ada di kota Singaraja. Selain itu banyak sekali restoran sejenis menawarkan produk makanan dan minuman dengan harga yang relatif lebih murah seperti restoran Mailaku, Nangkring, Grandfrix, Warung Retro, Krisna Beach Street, Lacosta dan lain-lain. Menurut Tjiptono (2008) harga tidak hanya ditetapkan berdasarkan pada pertimbangan biaya, permintaan, atau laba tetapi juga dapat ditetapkan atas dasar persaingan, yaitu apa yang di lakukan pesaing. Sehingga pelanggan tidak akan beralih ketika harga yang di tawarkan sebanding dengan para pesaing.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis mengajukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Warung Bule Singaraja Bali”**.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- (1) Terjadi perbedaan hasil penelitian terdahulu antara variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

- (2) Terjadi fluktuasi volume penjualan di Warung Bule Singaraja pada bulan November 2018 s/d Agustus 2019
- (3) Terjadi penurunan jumlah pelanggan yang berkunjung ke Warung Bule Singaraja.
- (4) Terjadi perpindahan lokasi pada rumah makan Warung Bule Singaraja yang menyebabkan menurunnya volume penjualan, dimana pada saat berpindah lokasi Warung Bule tutup sementara.
- (5) Adanya rasa jenuh dari konsumen atas suasana dari Warung Bule Singaraja yang monoton dan tanpa adanya inovasi baru.
- (6) Terjadi persaingan harga antara Warung Bule dengan restoran-restoran lain yang sejenis.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang terjadi di Warung Bule Singaraja, dipandang perlu untuk melakukan pembatasan masalah yang akan diteliti. Hal ini dimaksudkan agar penelitian lebih terfokus pada topik yang memang menjadi pokok permasalahan dan untuk menghindari meluasnya permasalahan. Penelitian ini dibatasi pada masalah kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

2.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut.

- (1) Bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di Warung Bule Singaraja?

- (2) Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Warung Bule Singaraja?
- (3) Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Warung Bule Singaraja?

2.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini untuk menguji hal-hal sebagai berikut.

- (1) Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Warung Bule Singaraja.
- (2) Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Warung Bule Singaraja.
- (3) Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di Warung Bule Singaraja.

2.6 Manfaat Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan akan mempunyai manfaat sebagai berikut.

- (1) Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumber pengetahuan dalam pengembangan ilmu dibidang manajemen pemasaran khususnya tentang kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

- (2) Manfaat Praktis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pihak Warung Bule Singaraja sebagai bahan atau dasar pertimbangan dalam strategi pemasaran khususnya mengenai kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.