

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa globalisasi, jumlah bisnis rumah makan yang bersaing dalam pasar sangat banyak sehingga konsumen mempunyai macam opsi serta alternatif produk benda serta jasa yang konsumen inginkan. Ketatnya persaingan bisnis, menuntut para pelaku bisnis mencari ide kreatif agar bisa bersaing di pasar. Pelaku bisnis senantiasa dihadapkan pada suasana yang berubah-ubah sesuai dengan kondisi pelaku konsumen. Suasana tersebut diakibatkan oleh banyaknya usaha sejenis yang tumbuh. Pelaku bisnis dituntut untuk mempunyai kepekaan terhadap perubahan yang terjadi agar mampu memenuhi kebutuhan konsumen yang berbeda. Pelaku bisnis wajib menekuni serta menguasai sikap konsumen sehingga konsumen hendak merasa puas serta membangun jalinan baik dengan konsumen supaya bisnis sanggup bertahan.

Ikatan baik hendak terbentuk apabila suatu bisnis sanggup membagikan kepuasan terhadap kebutuhan, kemauan, serta selera konsumen. Salah satu metode yang dicoba dalam suatu bisnis kuliner untuk membagikan kepuasan kepada pelanggannya yaitu dengan memberikan produk yang higienis serta bermutu dan mutu pelayanan yang baik bagi para konsumen. Begitu pula dengan Warung Makan Wira di Baktiseraga, mereka selalu memberikan pelayanan yang optimal kepada setiap pelanggannya. Merk belum diketahui oleh banyak orang serta semakin ketatnya persaingan bisnis kuliner di Kabupaten Buleleng, berakibat pada terus meningkatnya tuntutan konsumen dalam perihal pelayanan serta mutu produk yang

diberikan. Informasi jumlah rumah makan dalam empat tahun terakhir di Provinsi Bali dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1
Jumlah Rumah Makan
Di Kabupaten Buleleng

Kabupaten/ Kota	Tahun			
	2018	2019	2020	2021
Buleleng	5.736	5.736	5.736	16.051

Sumber : *Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Bali 2018-2021*

Berdasarkan Tabel 1.1, dapat kita lihat bahwa pada tahun 2018 sampai 2020 jumlah rumah makan diwilayah Kabupaten Buleleng tidak mengalami peningkatan atau penurunan. Pada tahun 2020 sampai 2021 terjadi peningkatan yang sangat signifikan menjadi 16.051 rumah makan yang ada di Kabupaten Buleleng. Meningkatnya jumlah rumah makan tersebut, membuat persaingan bisnis semakin jauh lebih ketat. Berdasarkan wawancara awal dengan pemilik Warung Makan Wira, salah satu cara agar tetap bertahan walaupun semakin ketatnya persaingan bisnis yaitu dengan memberikan pelayanan yang maksimal. Pemilik Warung Makan Wira juga mempertimbangkan terkait keputusan konsumen dalam pembelian produk mereka.

Keputusan pembelian merupakan pemikiran individu dalam hal memutuskan pembeli dalam memilih salah satu produk. Menurut Schiffman(2008), Keputusan pembelian adalah pilihan antara dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian yaitu seseorang dalam mengambil keputusan harus ada beberapa alternatif yang dapat dipilih. Konsumen mempertimbangkan banyak faktor sebelum memutuskan untuk membeli salah satu produk. Faktor-faktor yang menentukan keputusan pembelian yaitu lokasi, harga, kualitas produk, dan promosi. Pengusaha harus memperhatikan faktor-faktor apa saja yang menjadi perhatian konsumen agar

dapat menarik konsumen. Swasta(2008), menyatakan keputusan pembelian merupakan selaku suatu pendekatan penyelesaian permasalahan pada aktivitas manusia buat membeli sesuatu benda ataupun jasa dalam memenuhi kemauan serta kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan serta kemauan, pencarian data, penilaian terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, serta tingkah laku sehabis pembelian. Disimpulkan bahwa keputusan pembelian ialah sesuatu proses dalam pembelian yang mempengaruhi konsumen hendak membeli. Pada saat wawancara awal dengan pemiik Warung Makan Wira, pemilik juga kurang tahu bagaimana cara-cara dalam memenangkan persaingan dalam dunia bisnis dan juga kurang konsistennya pemilik warung dalam mengelola akun media sosialnya dalam memperkenalkan produknya di media sosial.

Wawancara yang dilakukan dengan emilik Warung Makan Wira yang bernama Putu Wirawan Mahayana, jenis makanan yang dijual sangat beragam dengan aneka makanan dengan olahan daging babi sebagai bahan utamanya. Harga makanan yang dijual di rumah makan wira berkisar antara Rp. 15.000,00 – Rp. 25.000,00. Pada saat ini ini pemilik warung bisa menjual produknya rata-rata 500 porsi perhari, dengan total penjualan produk dalam sebulan berkisar \pm 15.000 porsi dalam sebulan. Berbeda dengan masa sebelum pandemi covid-19, Warung Makan Wira bisa menjual produknya rata-rata 700 porsi dalam sehari, dengan total penjualan produk dalam sebulan berkisar \pm 21.000 porsi dalam sebulan. Hal ini disebabkan oleh adanya faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Warung Makan Wira Baktiseraga.

Faktor yang sangat penting dalam keputusan pembelian konsumen adalah faktor lokasi. Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dalam

membeli suatu produk. Lokasi yang mudah dijangkau oleh pembeli dan dekat dengan pusat keramaian merupakan lokasi yang tepat untuk suatu usaha. Sebelum seseorang/kelompok orang memutuskan untuk membeli makanan disuatu toko, mereka juga mempertimbangkan lokasi tempat makan tersebut.

Setelah mempertimbangkan lokasi, konsumen juga mempertimbangkan harga dari produk yang akan dibelinya. Harga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Setelah mengembangkan struktur dan strategi penetapan harga, perusahaan sering kali menghadapi situasi dimana mereka harus melakukan perubahan harga atau merespon perubahan harga yang dilakukan pesaing. Menurut Lupiyoadi (2014) menyatakan bahwa strategi penentuan harga (*pricing*) sangat signifikan dalam pemberian *value* kepada konsumen dan mempengaruhi *image* produk, serta keputusan konsumen untuk membeli.

Setelah mempertimbangkan harga, konsumen juga mempertimbangkan kualitas produk (makanan) yang akan mereka beli. Konsumen mengharapkan adanya kesesuaian antara harga dengan kualitas produk yang akan mereka terima. Faktor kualitas produk menjadi indikator penentu tingkat kepuasan yang diperoleh pembeli setelah melakukan pembelian dan pemakaian suatu produk. Kualitas merupakan perpaduan sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluar dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan (Lopiyoadi, 2014).

Setelah mempertimbangkan kualitas, promosi juga merupakan hal yang penting dalam keputusan pembelian konsumen. Promosi merupakan salah satu strategi pemasaran guna memasarkan atau memperkenalkan produk kepada konsumen. Hal di atas yang menjadi dari penelitian untuk mengetahui tingkat keputusan pembelian konsumen sehingga penulis memberikan judul **“Pengaruh**

Lokasi, Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Makan Wira Baktiseraga”.

1.2 Identifikasi Masalah

Semakin banyak bermunculan tempat makan baru di Kabupaten Buleleng. Persaingan yang semakin ketat menuntut pemilik warung makan di Kabupaten Buleleng yang sudah bertahun-tahun menggeluti bisnis warung makan, untuk lebih memperhatikan keinginan pembelinya. Semakin banyak tempat makan baru di Kabupaten Buleleng, semakin banyak alternatif yang tersedia bagi konsumen. Berdasarkan latar belakang yang peneliti jelaskan diatas, dapat diidentifikasi masalahnya yaitu sebagai berikut:

1. Keputusan pembelian merupakan proses dimana konsumen memilih salah satu atau lebih alternative yang diperlukan dalam pembelian
2. Tempat yang strategis sehingga mudah dijangkau dengan transportasi apapun termasuk angkutan umum.
3. Penetapan harga yang disesuaikan dengan keadaan perekonomian masyarakat.
4. Produk yang dihasilkan harus tetap terjaga kualitasnya agar konsumen merasa puas.
5. Melakukan promosi yang efektif dan menarik minat pembeli.
6. Terjadinya persaingan diantara perusahaan yang menghasilkan produk sejenis yang merebut pangsa pasar.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, menimbulkan batasan masalah mengenai pengaruh keputusan pembelian di warung makan Wira Baktiseraga.

Peneliti sudah membatasi upaya ada atau tidak “Pengaruh Lokasi, Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Makan Wira Baktiseraga”.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Warung Makan Wira ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Warung Makan Wira ?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Warung Makan Wira ?
4. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Warung Makan Wira ?
5. Apakah lokasi, harga, kualitas produk, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Warung Makan Wira ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di Warung Makan Wira.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Warung Makan Wira.

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Warung Makan Wira.
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di Warung Makan Wira.
5. Untuk mengetahui pengaruh simultan lokasi, harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian di Warung Makan Wira.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam ilmu ekonomi khususnya manajemen pemasaran terkait dengan keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dijadikan sebagai pengalaman yang sangat berharga dalam upaya meningkatkan kemampuan penulis dalam mengembangkan ilmu dan dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh lokasi, harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian suatu produk.

- b. Bagi Pemilik Warung

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada pemilik warung dalam menjalankan bisnis rumah makannya.

- c. Bagi Universitas Pendidikan Ganesha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang positif terhadap kemajuan lembaga terkait pengembangan ilmu pengetahuan.

