

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG

Pariwisata merupakan salah satu faktor penting dalam perkembangan perekonomian Indonesia. Hal ini karena Pariwisata merupakan ujung tombak dari kemajuan perekonomian suatu Negara. Seiring dengan waktu perekonomian tanah air terbukti berangsur-angsur membaik diikuti dengan meningkatnya pendapatan perkapita penduduk. Dengan meningkatnya taraf hidup, maka kesejahteraan dan daya beli mereka pun turut meningkat sehingga akan berpengaruh terhadap permintaan berbagai macam produk dan jasa pelayanan. Setiap perusahaan dituntut untuk dapat memiliki keunggulan bersaing (*competitive advantage*) sehingga dapat memenangkan persaingan. Dan itu berarti akan mendorong perusahaan untuk terus melakukan inovasi dan diferensiasi produk yang dihasilkan maupun dalam pengembangan sistemnya.

Dalam mengembangkan strategi pemasaran, perusahaan harus berorientasi pada konsumen (*customer oriented*) sehingga perusahaan dapat mengidentifikasi kebutuhan-kebutuhan konsumen. Menurut **Kotler (2005;201)** Tujuan pemasaran adalah memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan sasaran. Jadi konsumen adalah faktor utama yang harus di perhatikan oleh produsen dan perusahaan untuk mencapai tujuannya.

Pariwisata dipandang sebagai salah satu industri yang prospektif di masa sekarang khususnya Wisata Kuliner. Dengan aktifitas yang padat, dibutuhkan suatu tempat yang bisa menyegarkan kembali pikiran sekaligus mendapatkan ketenangan bathin. Restoran dengan suasana lingkungannya adalah salah satu yang bisa ditawarkan ke konsumen. Restoran dan tempat-tempat makan banyak berdiri baik di kota-kota besar maupun di daerah. Setiap restoran dan tempat-tempat makan tersebut menawarkan keunggulannya masing-masing yang bisa menarik minat konsumen. Restoran atau tempat makan sudah banyak berdiri. Mulai dari yang memiliki konsep modern sampai tradisional.

Berdasarkan penelitian Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat melalui kegiatan perekonomian, sektor pariwisata Provinsi Jawa Barat telah menunjukkan posisi yang baik. Kota Bandung merupakan salah satu sasaran tujuan wisata. Daya tarik kota Bandung sudah sangat bervariasi, mulai dari wisata alam, bangunan kuno(*heritage*), belanja, hingga kuliner. Akan tetapi, wisata justru menjadi kompensasi masyarakat terhadap situasi ini. Terbukti arus keramaian wilayah wisata belanja dan kuliner tidak sepi kekurangan pengunjung. Kemajuan dibidang perekonomian selama ini telah banyak membawa akibat perkembangan yang pesat dalam bidang usaha, khususnya dalam bidang usaha jasa boga.

Jasa boga atau yang lebih dikenal dengan *catering* adalah istilah umum untuk wirausaha yang melayani pemesanan berbagai macam masakan (makanan dan minuman) baik untuk pesta maupun untuk suatu instansi. Melihat dari perkembangan usaha jasa boga yang semakin meningkat, maka semakin banyak

bermunculan perusahaan dagang yang bergerak dibidang perdagangan kuliner berbentuk café, restoran, rumah makan dan lain-lain.

Hal ini menimbulkan persaingan di antara perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa boga. Untuk memenangkan persaingan, mereka (perusahaan) memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan berusaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka untuk menguasai pasar.

Penguasaan pasar merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, berkembang dan mendapatkan laba semaksimal mungkin. Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan.

Hal tersebut bisa dicapai oleh suatu perusahaan melalui upaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen, di mana kegiatan tersebut sangat tergantung pada perusahaan atau pedagang dengan bermacam produk, pelayanan maupun perilaku konsumen dalam keputusan untuk pembelian.

Kesempatan ini dijadikan suatu peluang oleh Rumah Makan Nasi Bancakan untuk membuka usaha di bidang pariwisata khususnya di bidang kuliner. Keberadaan Rumah Makan Nasi Bancakan merupakan tempat pembelanjaan yang strategis, mudah dijangkau karena alat transportasi mudah ditemui, dan terletak di Jalan Trunojoyo No.62 Bandung, yang merupakan pusat keramaian kota. Dilihat dari lokasinya yang dipusat keramaian, keberadaan sangat

dikenal masyarakat luas. Selain itu lokasi dan pelayanan juga sangat mendominasi penentuan keputusan untuk melakukan pembelian. Untuk dapat menarik perhatian dari konsumen dan juga dapat bersaing dengan Rumah Makan pesaing, maka menawarkan produk yang diminati oleh konsumen. Untuk pelayanan Rumah Makan Nasi Bancakan menggunakan sistem tradisional.

Saat ini Rumah Makan Nasi Bancakan mengalami fluktuasi jumlah pembeli ( keputusan pembelian ), hal ini di dukung oleh data berikut ini :

**Tabel 1.1**

**Jumlah Rata-rata Pembeli Tahun 2010**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Pembelian</b>	<b>Persentase (%)</b>
<b>Juli</b>	35692	0
<b>Agustus</b>	26966	-24,44
<b>September</b>	29786	10,45
<b>Oktober</b>	27926	-6,24
<b>November</b>	28454	1,89
<b>Desember</b>	27622	-2,92
<b>Jumlah</b>	<b>176446</b>	
<b>Rata-rata</b>	<b>29407</b>	

Sumber : data diperoleh dari pra-penelitian penulis

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa tingkat jumlah rata-rata pembeli 6 bulan terakhir pada tahun 2010 mengalami fluktuasi sebanyak 29407. Diduga karena banyaknya faktor yang mempengaruhi fluktuasi tingkat pembelian diantaranya diferensiasi produk, dan kualitas pelayanan.

Dalam menghadapi pesaingnya, perusahaan harus mempunyai strategi dan ketegasan langkah yang harus dilaksanakan sesuai dengan sifat dan bentuk pasar yang dihadapinya. Strategi pasar itu meliputi pelayanan yang memuaskan, produk yang lebih bermutu atau berkualitas akan mempengaruhi keputusan konsumen

untuk membeli produk yang ditawarkan. Contoh salah satu dimensi kualitas produk yang di kutip dari buku ( Kotler & Amstrong,2004:283 ),yaitu *features* ( keistimewaan tambahan ), dalam *features* ini bisa dijelaskan bahwa sebuah keistimewaan tambahan atau salah satu yang di bahas oleh penulis disini diferensiasi produk yang dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Oleh karena itu perusahaan harus mampu mempengaruhi pembeli untuk bersedia membeli produk-produk cafe, rumah makan, atau restoran tersebut.

Sesuatu yang diinginkan masyarakat adalah bagaimana cara untuk mendapatkan barang-barang yang dibutuhkan serta menyediakan beranekaragam produk dan pelayanan yang memuaskan serta suasana yang nyaman yang semuanya terdapat dalam satu café, rumah makan atau restoran.

Secara teoritis keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen terhadap barang yang ditawarkan sangat dipengaruhi oleh harga, produk, pelayanan, lokasi perusahaan (Kotler,1996:165).

Untuk itu perusahaan harus tanggap terhadap apa yang harus dilakukan terkait dengan kelangsungan hidup usahanya, karena konsumen akan semakin selektif dalam melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhannya, Dalam proses penentuan di mana seseorang akan berbelanja terlihat bahwa faktor diferensiasi produk dan pelayanan akan ikut menentukan keputusan dalam pembelian.

Adapun keputusan pembelian menjadi sangat penting dikarenakan banyak faktor yang mempengaruhinya, yaitu diantaranya lokasi, harga,

diferensiasi produk, dan kualitas pelayanan. Hal ini didukung oleh data berikut yang di dapat penulis setelah melakukan pra-penelitian pada 20 orang responden di Rumah Makan Nasi Bancakan :

**Tabel I.2**  
**Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Pesentase (%)</b>
<b>Lokasi</b>	3	15%
<b>Harga</b>	4	20%
<b>Diferensiasi produk</b>	7	35%
<b>Pelayanan yang baik</b>	6	30%
<b>Total</b>	<b>20 orang</b>	<b>100%</b>

Sumber : Pengunjung Rumah Makan Nasi Bancakan

Berdasarkan tabel I.2 diketahui bahwa faktor yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian Rumah Makan Nasi Bancakan adalah lokasi sebanyak 3orang dengan persentase 15%, harga 4 orang dengan persentase 20%, diferensiasi produk 7orang dengan persentase 35%, serta pelayanan sebanyak 6 orang dengan persentase 30%.

Dari data diatas dapat dilihat bahwa diferensiasi produk dan kualitas pelayanan (pelayanan yang baik) sangat mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian di Rumah Makan Nasi Bancakan.

Mengingat faktor diferensiasi produk dan kualitas pelayanan di atas lebih besar jumlah persentasenya untuk konsumen melakukan keputusan pembelian di Rumah Makan Nasi Bancakan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul :

**“PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH MAKN NASI BANCAKAN”.**

## **1.2 IDENTIFIKASI MASALAH**

Dalam penulisan dan pembahasan penelitian ini, penulis memberikan batasan-batasan masalah Sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Nasi Bancakan Bandung.
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Nasi Bancakan Bandung.
3. Seberapa besar pengaruh diferensiasi produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Nasi Bancakan.

## **1.3 TUJUAN PENELITIAN**

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data yang sebenarnya dan objektif mengenai Faktor-faktor tempat, produk, pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian Rumah Makan Nasi bancakan Bandung, adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gambaran diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Nasi Bancakan Bandung.
2. Untuk mengetahui gambaran kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Nasi Bancakan Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Nasi Bancakan Bandung.

#### 1.4 MANFAAT PENELITIAN

Dengan dilaksanakannya penelitian ini, penulis berharap agar hasil penelitian ini dapat bermanfaat:

1. Bagi perusahaan, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pemikiran dan masukan dalam meningkatkan diferensiasi produk, dan pelayanan pada usaha yang dijalani.
2. Bagi penulis, diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai masalah-masalah pemilihan diferensiasi produk, dan pelayanan serta keputusan pembelian sehingga penulis dapat membandingkan antara teori yang didapatkan di bangku perkuliahan dengan kenyataan yang ada di lapangan.
3. Bagi pihak lain yang berminat terhadap masalah mengenai diferensiasi produk maupun pelayanan serta keputusan pembelian, diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi tambahan untuk melakukan penelitian lebih lanjut.