

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan dituntut untuk siap menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat dengan perusahaan lain dan Perusahaan harus bekerja keras membuat kebijakan – kebijakan strategis baru dalam menjual produk dan jasa mereka dalam kaitannya menghadapi persaingan yang ketat dengan *competitor* (perusahaan pesaing) yang dapat memberikan *value* (keuntungan) yang lebih besar kepada *customer* (pelanggan). Dengan demikian, lingkungan yang dihadapi suatu perusahaan juga akan semakin kompleks, terutama persaingan di dalam bidang usaha produk dan jasa.

Dengan diadakannya Jawa Barat sebagai daerah tujuan wisata, sehingga banyak bermunculan Restoran baru yang menjual beragam jenis makanan dengan berbagai konsep yang berbedasertainovasi dengan berbagai macam makanan. Dengan demikian persaingan di rasakan semakin ketat. Perusahaan harus meningkatkan kualitas produk yang dimiliki agar para konsumen percaya dengan kualitas produk dan harga yang dimiliki oleh perusahaan atau restoran tersebut.

Restoran Mergosari Limbangan Garut yang merupakan salah satu Restoran yang mengelola pemasaran produk makanan khas sunda mengantisipasi persaingan tersebut dengan memperhatikan beberapa hal yang

berhubungan dengan peningkatan pemasaran produk masak dan makanan antara lain dengan menawarkan harga yang bersaing dibandingkan dengan restoran yang lain namun hal tersebut belum didukung dengan strategi promosi yang tepat.

Begitu menjamurnya usaha restoran, tentunya membingungkan masyarakat yang akan menjadi konsumen. Hal ini adalah tugas dari marketing restoran untuk menarik konsumen agar menjadi konsumen restoran mereka dan tercapainya keputusan pembelian dan loyalitas konsumen.

Untuk meraih keberhasilan, pemasar harus melihat lebih jauh beberapa faktor yang mempengaruhi pembeli dan mengembangkan pemahaman mengenai bagaimana konsumen melakukan keputusan pembelian. Secara khusus, pemasar harus mengidentifikasi siapa yang membuat keputusan pembelian, jenis – jenis keputusan pembelian, dan langkah – langkah dalam proses pembelian.

Restoran Mergosari Limbangan Garut adalah salah satu restoran yang menyajikan masakan khas sunda di Limbangan Garut, restoran Mergosari berada di kawasan jalan limbangan dan berada di jalan utama yang menghubungkan ke arah timur menuju daerah Jawa, restoran ini pun sering dijadikan tempat peristirahatan bagi pengguna jalan yang akan menempuh perjalanan menuju timur Jawa Barat.

Namun, Restoran Mergosari tidak terlepas dari situasi persaingan bisnis, karena Restoran lain saling berlomba meningkatkan kualitas produk, harga dan program baru demi kepuasan pelanggannya. Situasi ini dapat menyebabkan

tidakstabilnya jumlah pengunjung atau konsumen Restoran Mergosari Limbangan Garut dari bulan ke bulan.

**Tabel 1.1JumlahPengunjung Selama 8 Bulan  
Dari Bulan Januari 2011 – Agustus 2011Pada Restoran Mergosari Limbangan – Garut**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Pengunjung Per-bulan</b>
Januari	2.052
Februari	1.702
Maret	1.779
April	2.249
Mei	2.286
Juni	1.984
Juli	1.949
Agustus	1.647
<b>Jumlah</b>	<b>15.648</b>

Sumber: *Manager Restoran Mergosari*

Data pengunjung Restoran Mergosari Limbangan Garut setiap bulannya selalu berubah secara signifikan, seperti pada bulan Mei pengunjung sangat banyak hingga mencapai 2.286 tamu, sedangkan pada bulan Agustus tamu hanya 1.647 yang datang ke restoran Mergosari Limbangan Garut hal ini dikarenakan datangnya bulan suci ramadhan.

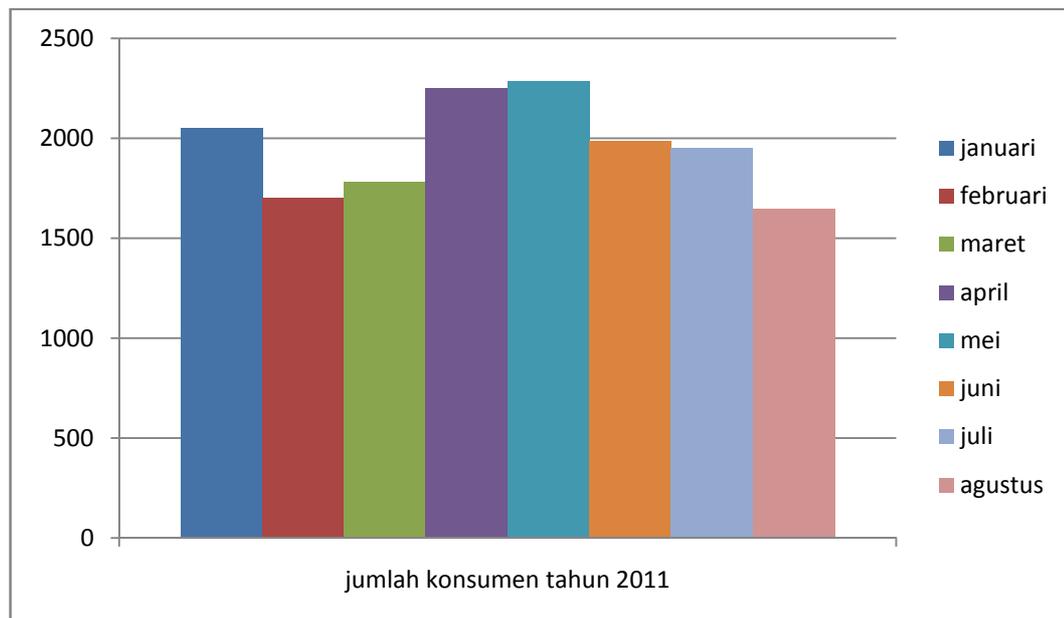
**Tabel 1.2  
Tingkat Jumlah Pembeli Pada Restoran Mergosari Limbangan Garut Dari  
Bulan Januari 2011 – Agustus 2011**

Bulan	Jumlah konsumen Per-bulan	Penurunan	Kenaikan/Penurunan %
Januari	2.052	0	0
Februari	1.702	-350	-17,06
Maret	1.779	-273	-13,30
April	2.249	197	9,60
Mei	2.286	234	11,40
Juni	1.984	-68	3,31
Juli	1.949	-103	-5,02
Agustus	1.647	-405	-19,74
<b>Jumlah</b>	<b>15.648</b>		

Sumber: *Data diolah oleh penulis pada tahun 2011*

Data pengunjung Restoran Mergosari Limbangan Garut membuktikan bahwa terdapat kenaikan dan penurunan pengunjung pada setiap bulannya. Data volume di atas menunjukkan perbedaan volume pendapatan yang tidak stabil. Dapat dilihat pada bulan Agustus Restoran Mergosari Limbangan Garut hanya memperoleh pengunjung sebanyak 1.647 dengan penurunan sebesar -19,74%. Sedangkan banyaknya konsumen Mergosari Limbangan Garut pada bulan Mei sebanyak 2.286 dengan kenaikan sebesar 11,40%. Hal tersebut didasari banyaknya wisatawan yang memesan makanan katering untuk karyawan PT. Garuda Food yang akan berwisata ke pantai pangandaran, sehingga penjualan di Restoran Mergosari Limbangan Garut mengalami kenaikan. Sedangkan pada bulan Februari juga terjadi penurunan dan perbedaan pengunjung yang cukup tinggi. Sebesar -17,06%.

**Gambar 1.1**  
**Data Statistik Pengunjung Pada Restoran Mergosari**  
**Januari 2011 – Agustus 2011**



**Sumber: Data diolah oleh penulis Tahun 2011**

Dari data di atas diketahui bahwa keputusan pembelian konsumen di Restoran Mergosari Limbangan Garut menunjukkan perbedaan yang signifikan dari bulan ke-bulan, sehingga hal ini dapat mempengaruhi omset perusahaan.

Untuk mempertahankan omset ataupun jumlah konsumen tersebut Restoran Mergosari Limbangan Garut melakukan usaha yang berbeda-beda dalam rangka meningkatkan, mengembangkan, dan mempertahankan diri dalam persaingan bisnis, terutama dengan menerapkan berbagai strategi pemasaran. Salah satu strategi yang diterapkan diantaranya ialah mengembangkan Kualitas produk, Harga dan Promosi. Yang dilakukan untuk memudahkan konsumen dalam membuat keputusan pembelian. Hal ini dilakukan sebagai cara pandang baru bagi pemasar untuk menghindarkan kebingungan yang ada pada benak konsumen, sehingga konsumen dapat menentukan pilihan terbaik baginya. Selain untuk

mempermudahkan konsumen, juga memberikan keuntungan lain bagi konsumen, yaitu dengan harga yang lebih murah dibanding Restoran yang lain.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan di atas maka penulis menentukan beberapa identifikasi masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini. Adapun identifikasi masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk pada konsumen restoran Mergosari Limbangan Garut?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk pada konsumen restoran Mergosari Limbangan Garut?
3. Bagaimana Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian produk pada konsumen restoran Mergosari Limbangan Garut?
4. Bagaimana pengaruh Kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk pada konsumen restoran Mergosari Limbangan Garut?

## 1.3 Tujuan Penelitian

### 1.3.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengumpulkan data, mengolah, menganalisis dan menginterpretasikannya. Hasil dari penelitian ini akan penulis gunakan untuk bahan penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat dalam menempuh gelar sarjana. Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan Promosi terhadap keputusan pembelian.

### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis, penelitian ini mempunyai 2 (dua) kegunaan yang masing-masing berbedas dengan yang lainnya. Adapun kegunaan yang dimaksud adalah kegunaan yang dilihat dari 2 aspek berbeda, yaitu Kegunaan Akademik (Teoritik) dan Kegunaan Praktis:

#### **1. Kegunaan Akademik (Teoritik)**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan manfaat pada pengembangan ilmu manajemen khususnya bauran pemasaran mengenai kualitas produk, harga, promosi dan pengetahuan mengenai keputusan pembelian serta teori-teorinya.

## 2. Kegunaan Praktis

Bagi Restoran Mergosari Limbangan Garut sendiri hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk kebijakan dalam meningkatkan omset penjualan. Agar para pembeli atau konsumen datang kembali untuk membeli produk pada restoran Mergosari Limbangan Garut.

