

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan usaha saat ini telah membawa para pelaku dunia usaha ke persaingan yang sangat ketat untuk merebutkan konsumen. Berbagai pendekatan dilakukan untuk mendapatkan simpati masyarakat baik melalui peningkatan masyarakat dan prasarana berfasilitas teknologi tinggi maupun dengan pengembangan sumber daya manusia.

Persaingan untuk memberikan yang terbaik untuk konsumen sehingga konsumen dapat Meningkatkan Permintaan Produk. Perilaku permintaan konsumen terhadap barang dan jasa akan dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya: pendapatan, selera konsumen, harga barang, dan factor lain (Kualitas Produk) disaat kondisi yang lain tidak berubah (*ceteris paribus*). Semakin banyaknya perusahaan sejenis yang beroperasi dengan berbagai produk barang atau jasa yang ditawarkan, membuat masyarakat dapat menentukan pilihan sesuai dengan kebutuhannya, dewasa ini keberhasilan pemasaran perusahaan tidak hanya dinilai seberapa banyak konsumen yang berhasil di peroleh, namun juga bagaimana cara mempertahankan konsumen tersebut. Rasa puas dan tidak puas konsumen terletak pada hubungan antara harapan konsumen dengan prestasi yang di terima dari produk/jasa. bila produk/jasa tidak memenuhi harapan konsumen, konsumen, sehingga dimasa yang akan datang konsumen tidak akan meningkatkan Permintaan Produk. Dilain pihak apabila sebuah produk/jasa

melebihi harapan konsumen, konsumen akan merasa puas dan akan meningkatkan Permintaan Produk. Bersama dengan ada perubahan lingkungan yang terjadi dan adanya perubahan perilaku manusia yang sering berpergian jauh dari rumahnya, semakin mendorong bertambahnya permintaan akan kebutuhan pemakaian jasa hotel. Semakin bertambahnya permintaan akan kebutuhan pemakaian jasa hotel dewasa ini mendorong para pengusaha di bidang jasa hotel untuk menawarkan kelebihan-kelebihannya. Kelebihan-kelebihan ini dapat diharapkan dapat menjadi pertimbangan pemakaian jasa hotel untuk menginap di hotel yang bersangkutan.

Berdasarkan keinginan jasa perhotelan untuk memberikan yang terbaik kepada konsumennya, maka di butuhkan identifikasi determinan utama kualitas jasa dari sudut konsumen. oleh karena itu perlu dilakukan riset untuk mengidentifikasi determinan jasa yang paling penting bagi pasar sasaran dan memperkirakan penilaian yang di berikan pasar sasaran terhadap perusahaan berdasarkan determinan-determinan tersebut. dengan menganalisa tanggapan konsumen terhadap variabel-variabel tersebut maka perusahaan jasa perhotelan dapat menilai variable mana yang belum sesuai dengan harapan konsumen. hotel Santika Bandung merupakan salah satu perusahaan yang saat ini terus berupaya mempertahankan konsumen yang sudah menjadi pelanggannya dan berusaha memperoleh konsumen yang baru.

Saat ini Hotel Santika Bandung mengalami penurunan permintaan, hal ini di dukung oleh data berikut ini :

Tabel 1.1
Jumlah Data Permintaan Konsumen Di Restoran Pandanwangi Pada Hotel
Santika Bandung Periode 6 Bulan Terakhir Tahun 2009

No	Bulan	Jumlah Permintaan Konsumen	Persentase
1	July	594Orang	0
2	Agustus	561 Orang	-5,56 %
3	September	432 Orang	-22,99 %
4	Oktober	384Orang	-11,11 %
5	November	489 Orang	27,34 %
6	December	488 Orang	-0,2 %
	Rata-Rata	492 Orang	

Sumber : Hotel Santika Bandung

Dari data di atas menunjukkan jumlah permintaan konsumen Restoran Pandanwangi dari bulan ke bulannya. Dapat dilihat pada bulan July, Agustus, September, Oktober mengalami penurunan Permintaan Konsumen, pada bulan, November terjadi peningkatan, dan pada bulan Desember mengalami penurunan kembali jumlah permintaan konsumen..

Berdasarkan uraian yang telah diungkap, penulis bermaksud mengadakan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Permintaan Konsumen Restoran Pandanwangi Pada Hotel Santika Bandung”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat di definisikan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap permintaan konsumen di hotel Santika Bandung.
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap permintaan konsumen di hotel Santika Bandung.

1.3 Tujuan dan Kegunaan 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. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap permintaan konsumen Restoran Pandanwangi pada Hotel Santika Bandung.
2. Mengetahui pengaruh harga terhadap permintaan konsumen Restoran Pandanwangi pada Hotel Santika Bandung.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

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

1. Kegunaan Akademik (Teoritik)

Secara teoritis diharapkan penelitian ini bisa berguna untuk pengembangan pengetahuan tentang konsep Kualitas Produk dan

Harga serta dapat berguna sebagai bahan kajian lebih lanjut mengenai kajian yang berhubungan dengan Kualitas Produk dan Harga.

2. Kegunaan Praktis

Bagi Restoran Pandanwangi pada Hotel Santika Bandung, diharapkan penelitian ini bisa berguna sebagai bahan masukan dalam meningkatkan Kualitas Produk, khususnya berkaitan dengan permintaan konsumen .

