

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu kebutuhan terpenting dalam hidup manusia adalah makanan. Perkembangan makanan banyak dipengaruhi oleh kreativitas manusia yang pada dasarnya selalu ingin mencoba sesuatu yang baru dan memiliki nilai yang lebih menguntungkan bagi dirinya dari sisi kepuasan sampai kepada sisi kesehatan bagi tubuhnya. Konsumen menjadi lebih selektif dalam memilih dan menentukan jenis makanan yang akan dikonsumsi. Maka dari itu peran pemasaran sangat penting sejalan dengan semakin tinggi dan bertambahnya kebutuhan masyarakat akan produk yang berkualitas.

Saat ini Bandung salah satu kota di Jawa Barat yang terkenal dengan wisata kulinernya. Kota Bandung menjadi urutan pertama tingkat kunjungan wisata kuliner. Beragam wisatawan yang datang mulai dari pelajar sampai orang tua. Dalam bandung.detik.com mengatakan bahwa kunjungan wisatawan ke Bandung sangat meningkat sekitar lima juta wisatawan, jumlah wisatawan kuliner sebanding dengan wisatawan umum. Beragam jenis makanan ada di Bandung mulai dari makanan tradisional, makanan khas Cina, Eropa, Thailand atau modifikasi, disesuaikan dengan lidah masyarakat sehingga banyak wisatawan yang ingin mencobanya.

Usaha makanan yang mempunyai peluang yang baik bagi pengusaha adalah restoran. Menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 304/Menkes/

Per/89 tentang persyaratan restoran, yang dimaksud restoran adalah satu jenis usaha jasa pangan yang bertempat di sebagian atau seluruh bangunan yang permanen dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penjualan makanan dan minuman bagi umum di tempat usahanya. Tujuan operasional restoran adalah mencari keuntungan.

Salah satu pertimbangan yang digunakan oleh konsumen sebagai dasar pemilihan adalah faktor inovatif dan kreatifitas dalam menciptakan produk. Produk menurut Kotler & Armstrong, (2004: 276) adalah sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dimiliki atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Selain faktor inovatif dan kreatifitas, produk harus berkualitas. Agar produk tetap terjaga kualitasnya sebaiknya restoran memakai standard resep.

Kegiatan pemasaran suatu perusahaan akan mengalami banyak rintangan salah satunya menghadapi perilaku konsumen yang beraneka ragam, saat ini konsumen sangat selektif dalam menilai dan membeli produk yang memiliki kualitas baik. Untuk dapat memenangkan persaingan maka suatu produk perlu untuk meningkatkan kualitasnya. Meningkatkan kualitas berarti perusahaan akan berusaha menarik konsumen untuk tetap membeli produk tersebut. Untuk mencapainya diperlukan keputusan pembelian konsumen atas kualitas produk. Karena dengan kualitas produk yang baik, maka konsumen akan mengkonsumsi kembali produk tersebut. Sehingga konsumen akan merasa puas dengan produk yang ditawarkan. Keputusan pembelian didahului karena adanya minat atau keinginan untuk membeli yang didorong oleh motif tertentu.

Citra Sari Family Restaurant terletak di Jalan Soka No. 3 Bandung. Restoran ini memiliki berbagai macam menu pilihan. Mulai dari makanan khas indonesia sampai makanan eropa. Citra Sari Family Restaurant juga menawarkan makanan mulai dari dessert hingga appetizer.

Untuk melengkapi penelitian ini maka penulis menyajikan data-data yang diperoleh dari survei dan wawancara penulis pada manajemen Citra Sari Family Restaurant sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data Jumlah Pembeli Citra Sari Family Restaurant
Januari 2009-Desember 2009

No	Bulan	Jumlah Pembeli	Kenaikan/Penurunan Pembeli	Kenaikan/Penurunan%
1	Januari	3250	0	0
2	Februari	3112	-138	-4.43
3	Maret	3100	-12	-0.38
4	April	3022	-78	-2.58
5	Mei	2905	-117	-4.02
6	Juni	3089	184	5.95
7	Juli	3100	11	0.35
8	Agustus	3501	401	11.45
9	September	3700	199	5.37
10	Oktober	3280	-420	-12.8
11	November	3000	-280	-9.33
12	Desember	3112	112	3.59
	Jumlah	38171		-6.83

Sumber: Pra Penelitian Pada Citra Sari Family Restaurant di Kota Bandung

Dari tabel 1.1 adalah jumlah pembeli selama 1 tahun dari Januari 2009 hingga Desember 2009 permasalahan yang terjadi adalah adanya penurunan dan kenaikan jumlah konsumen dari bulan ke bulan selama 1 tahun. Kenaikan/penurunan jumlah pengunjung tiap bulan adalah hasil dari jumlah pengunjung bulan lalu dikurangi jumlah pengunjung bulan ini. Sedangkan nilai persentase

kenaikan/penurunan tiap bulan adalah hasil kenaikan/penurunan jumlah pembeli dibagi jumlah pembeli bulan ini dikali 100%.

Dari hasil perhitungan persentase kenaikan/penurunan dari Januari 2009 sampai Desember 2009 hasilnya -6.83%. Nilai minus Artinya persentase pengunjung pada tahun 2009 mengalami penurunan. Sedangkan Rata-rata penurunannya adalah $\frac{6.8\%}{11} = 0.62\%$.

Hal ini diduga karena kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan yang selama ini dilakukan oleh Citra Sari Family Restaurant belum optimal. Karena banyak konsumen yang melakukan keluhan.

Dalam usaha restoran maka kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan harus diperhatikan dengan baik, karena dengan kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan kepercayaan kepada pembeli untuk tetap membeli produk restoran tersebut. Konsumen adalah satu-satunya yang dapat menilai baik tidaknya kualitas produk. Konsumen menilai produk tersebut dengan cara membandingkan produk yang konsumen terima dengan produk yang konsumen harapkan.

Pada pra penelitian yang dilakukan terhadap pembeli Citra Sari Family Restaurant dengan melakukan wawancara dan membagikan angket sementara kepada pembeli. Mereka menyatakan kualitas produk di Citra Sari Family Restaurant kurang baik dari segi penampilan, cara penyajian makanan, kombinasi warna makanannya. Mengenai harga, konsumen menyatakan harga yang ditawarkan kurang sesuai dilihat dari segi harga makanan. Dan mengenai kualitas pelayanan, mereka menyatakan pelayanannya lambat, serta tidak ada penjelasan

dari pelayan mengenai menu yang ada di Citra Sari Family Restaurant. Sehingga terlihat adanya ketidakpuasan yang diakibatkan oleh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian di Citra Sari Family Restaurant.

Suatu perusahaan harus bisa meningkatkan kualitas produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2006:354) bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut lainnya. Dengan begitu maka produk dapat bersaing di pasaran, sehingga menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan produk sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan. Hal inilah yang menjadikan peran harga penting untuk perusahaan. Harga dapat digunakan secara lebih baik sebagai indikator kualitas apabila harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Kotler dan Armstrong (2004:345) mengemukakan bahwa "Harga merupakan jumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa atau jumlah nilai konsumen pertukaran untuk mendapatkan manfaat dari memiliki produk atau jasa". Harga dapat diartikan sebagai pernyataan nilai dari suatu produk.

Selain kualitas produk dan harga, kualitas pelayanan juga harus diperhatikan dan ditingkatkan, untuk kemajuan usaha restoran. Kualitas pelayanan dapat dirasakan mulai dari kemampuan karyawan dalam melayani konsumen, daya tarik ruangan dan kelengkapan fasilitas yang diberikan oleh restoran tersebut. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir

pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap perilaku pembelian yaitu melalui kepuasan pelanggan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan yang dipersepsikan baik dan memuaskan, sehingga melalui kepuasan itu akan berdampak terjadinya pembelian berulang-ulang yang berarti akan terjadi peningkatan penjualan.

Berdasarkan data-data tersebut keputusan pembelian dilakukan dalam waktu 1 tahun terakhir masih kurang baik karena adanya penurunan pada jumlah pembeli. Produk masih ada yang berpendapat kurang menarik, ada yang tidak akan melakukan pembelian. Hal ini diduga karena produk yang kurang baik, harga kurang sesuai dengan pembeli, dan kualitas pelayanan yang masih kurang baik. Hal inilah yang membuat penulis mengangkat judul untuk penelitian yaitu **"PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN"**.

1.2 Identifikasi Masalah

Ketatnya persaingan dalam dunia industri, menuntut restoran melakukan usaha lebih agar bisa bertahan di tengah persaingan, salah satunya adalah dengan melakukan strategi pemasaran yang efektif dan efisien yaitu menjalankan bauran pemasaran secara terintegrasi. Bauran pemasaran yang perlu mendapat perhatian adalah kualitas produk, harga, kualitas pelayanan.

Adapun yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana gambaran kualitas produk pada Citra Sari Family Restaurant?
2. Bagaimana gambaran harga pada Citra Sari Family Restaurant?
3. Bagaimana gambaran kualitas pelayanan pada Citra Sari Family Restaurant?
4. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Citra Sari Family Restaurant?
5. Seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Citra Sari Family Restaurant?
6. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Citra Sari Family Restaurant?
7. Seberapa besar pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Citra Sari Family Restaurant?

Penulis membatasi permasalahan yang akan dibahas yaitu sekitar masalah kualitas produk, harga, kualitas pelayanan yang menjadi faktor-faktor yang berhubungan dengan keputusan pembelian di Citra Sari Family Restaurant.

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan penelitian

Berdasarkan permasalahan yang penulis rumuskan di atas, yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui gambaran kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Citra Sari Family Restaurant.
2. Untuk mengetahui gambaran harga terhadap keputusan pembelian pada Citra Sari Family Restaurant.
3. Untuk mengetahui gambaran kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Citra Sari Family Restaurant.

4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Citra Sari Family Restaurant.
5. Untuk mengetahui besarnya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Citra Sari Family Restaurant.
6. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Citra Sari Family Restaurant.
7. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Citra Sari Family Restaurant.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya manajemen pemasaran dan sebagai referensi bagi pembaca yang tertarik dan ingin mengkaji lebih dalam tentang tema penelitian ini

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini dapat memberikan masukan dan informasi yang bermanfaat bagi perusahaan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dan perusahaan dapat mendorong pertumbuhan dan pengembangan kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan dalam tercapainya tujuan.