

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada saat sekarang ini, perkembangan bisnis pada era globalisasi tidak luput dari persaingan yang semakin ketat dalam memasarkan produk dan jasa. Sehingga setiap perusahaan dituntut untuk selalu berusaha keras dalam berinovasi terhadap produk maupun jasa agar mampu bertahan dari persaingan dan mampu menarik perhatian dari calon konsumen akan produk yang ia tawarkan. Namun hal yang perlu diperhatikan sebelum merancang inovasi, seseorang harus jelas terlebih dahulu segmentasi dan target mana yang akan dipasarkan. Pemasar biasanya tertarik pada perilaku pembelian konsumen, terutama pilihan produk mana yang akan dibeli. Suatu hal yang harus diperhatikan adalah bahwa konsumen juga membuat beberapa keputusan sehubungan dengan perilaku tidak membeli. Seringkali pilihan tidak membeli ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen.

Pada hakekatnya konsumen merupakan faktor penting bagi berlangsungnya hidup perusahaan, karena sekarang ini konsumen sudah pintar dan cermat dalam mencari sebuah informasi atas produk maupun jasa, yang nantinya bisa bermanfaat memenuhi keinginan dan bisa memuaskannya. Dengan kata lain, usaha-usaha pemasaran haruslah diarahkan pada konsumen yang ingin dituju sebagai sasaran pasarnya, sehingga konsumen membuat sebuah keputusan untuk membeli barang yang telah dihasilkan oleh perusahaan atau produsen. Berdasarkan uraian di atas, keputusan pembelian

konsumen merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan oleh para pemasar. Banyaknya produk-produk yang bermunculan mengharuskan pemasar sebagai pihak yang menawarkan berbagai produk kepada konsumen dapat menganalisis faktor-faktor yang menjadi dasar perilaku keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk. Faktor yang akan menentukan apakah dalam jangka panjang perusahaan akan memperoleh keuntungan atau tidak adalah banyak sedikitnya yang akan diterima konsumen dari produk yang ditawarkan.

Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya. Keputusan pembelian yaitu suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian¹ Dari uraian diatas dapat penulis simpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan dimana konsumen yang menentukan apakah konsumen tersebut akan membeli atau tidak melakukan pembelian sama sekali terhadap produk tersebut dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti pendapatan, harga, dan manfaat yang diperoleh dari produk tersebut.

Dalam perkembangannya saat ini kebutuhan makanan dengan berbagai bentuk dan rasa telah dijadikan sebagai sarana usaha untuk mencari

¹ R.Y. Monintja.,S. Mandey., A.S. Soegoto, *Analisis Merek, Promosi Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian di GELAEEL Swalayan Manado*, Jurnal Jurusan Manajemen, (Manado: 2015), h. 280

penghasilan, berbagai jenis bentuk dan rasa makanan telah banyak ditawarkan oleh para pelaku ekonomi yang bergerak dalam industri makanan dan minuman. Dalam menikmati hidangan atau makanan, setiap orang memiliki cara yang berbeda untuk menikmatinya. Dengan cara memilih rumah makan yang enak dengan pelayanan yang mewah, dengan harapan bahwa konsumen akan merasa puas setelah ia mengorbankan sejumlah uangnya di rumah makan tersebut. Di samping itu, ada juga yang cenderung memilih rumah makan yang biasa tetapi memberikan kepuasan dalam rasa makanan yang disantapnya. Sebagian konsumen ada yang beranggapan dari pada makan makanan yang mewah serta mahal tetapi tidak cukup lezat rasanya, lebih baik memilih rumah makan yang biasa tetapi cukup lezat sesuai dengan selera mereka.

Dalam penerapan strategi pemasaran yang tepat dapat mempengaruhi para calon konsumen untuk membuat suatu keputusan pembelian. Dimana keputusan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dipengaruhi oleh akal pemikiran atas informasi pengetahuan yang didapatkan. Salah satunya yaitu harga dan kualitas produk merupakan beberapa faktor yang mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian.

Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yang pertama adalah harga. Harga merupakan salah satu faktor penentu konsumen dalam menentukan suatu kepuasan yang akan didapat terhadap suatu produk maupun jasa. Apabila harga tidak sesuai dengan yang didapatkan konsumen maka konsumen kecewa dengan jasa yang didapatkan. Pada hakekatnya harga

ditentukan oleh biaya produk, namun dalam penentuan harga perusahaan juga mempertimbangkan nilai, manfaat, kualitas produk, dan juga harga yang kompetitif yang mampu bersaing. Namun suatu harga dapat juga menjadi suatu standar kualitas. Tidak jarang para konsumen rela berkorban memilih restoran yang harganya relatif mahal demi mendapatkan makanan yang kualitas kebersihannya terjamin. Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh para pengusaha dalam memberikan harga kepada konsumen, yaitu dengan memberikan harga murah dibandingkan dengan pesaing lainnya. Selain itu harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan dan pendapatan bagi perusahaan.

Rumah Makan Sederhana By Pass menjual makanan dan minuman dengan berbagai macam menu dengan harga yang berbeda-beda. Menu utama yang ditawarkan adalah gulai cancang daging. Harga nasi perporisi adalah Rp. 15.000,-. Sedangkan harga lauk pauk adalah Rp. 10.000,-perpotong. Selain itu di Rumah Makan sederhana juga tersedia berbagai macam jus dan minuman lainnya. Untuk jus harganya berkisar antara Rp. 8.000,- sampai dengan Rp. 9.000,-. Sedangkan untuk minuman lainnya harganya mulai dari Rp. 4.000,- sampai dengan Rp. 9.000,-perbotol. Sedangkan minuman teh telur harganya Rp. 6.000,- pergelas.

Tabel 1.1
Menu Rumah Makan Sederhana By Pass
Daftar Menu Makanan

No.	Menu	No.	Menu
1.	Ayam Goreng Balado	11.	Ikan Laut Asam Padeh
2.	Ayam Gulai	12.	Ikan Laut Pangek Masin
3.	Ayam Bakar	13.	Ikan Tawar Goreng
4.	Ayam Bumbu	14.	Ikan Tawar Bakar
5.	Gulai Cancang	15.	Lele Goreng
6.	Dendeng Lambok	16.	Lele Bakar
7.	Randang	17.	Telur Dadar
8.	Dendeng Kering	18.	Ikan Balado
9.	Ikan Laut Bakar	19.	Gulai Kapau
10.	Ikan Laut Goreng	20.	Gulai Tunjang

Daftar Menu Minuman

No.	Menu	No.	Menu
1.	Teh Talua	8.	Jeruk Dingin
2.	Teh Manis	9.	Jus Mangga
3.	Teh Panas	10.	Jus Alpokat
4.	Kopi Susu	11.	Jus Buah Naga
5.	Teh Es Manis	12.	Jus Tomat
6.	Jeruk Panas	13.	Jus Apel
7.	Kopi	14.	Jus Sirsak

Kualitas produk merupakan salah satu faktor penentu yang menjadi pertimbangan konsumen didalam melakukan keputusan pembelian. Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk dan jasa yang bergantung kepada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.² Kualitas produk menjadi tolak ukur atau penentu

² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, (Jakarta : Erlangga, 2009), h 143

bagi konsumen dalam memilih produk mana yang disukai. Semakin bagus kualitas produk yang ditawarkan perusahaan pada konsumen, maka semakin tinggi minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Selain memperhatikan kualitas produk, para pelaku bisnis harus mampu mengembangkan produknya dengan kualitas produk yang sama bagusnya. Seperti contoh untuk para pelaku bisnis makanan, mereka harus mengembangkan bisnisnya dengan menyediakan menu baru, membuka cabang di daerah lain dengan lokasi yang strategis.

Kualitas harus diukur melalui sudut pandang konsumen terhadap kualitas produk itu sendiri, sehingga selera konsumen disini sangat berpengaruh. Oleh karena itu suatu perusahaan berusaha memfokuskan pada kualitas produk dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan lain. Jadi dalam mengelola kualitas suatu produk harus sesuai dengan kegunaan yang diinginkan oleh konsumen. Dengan demikian kualitas produk yang baik dapat membantu konsumen dalam membuat keputusan pembelian, sehingga konsumen dapat tertarik terhadap suatu produk yang diproduksi suatu perusahaan akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut.

Di kota Padang terdapat banyak perusahaan yang mengembangkan bisnis khususnya dibidang kuliner. Salah satunya adalah Rumah Makan Sederhana By Pass yang telah menjadi tujuan kuliner. Rumah Makan ini mulai berdiri awal tahun 2005, perusahaan ini bergerak di bidang jasa menjual makanan dan minuman. Rumah Makan ini terletak di jalan Raya By Pass KM 8, Kota

Padang dan sudah terdapat beberapa cabang di sekitar Kota Padang. Rumah Makan Sederhana By Pass menjual berbagai jenis makanan dan minuman dijual dengan harga yang juga bervariasi. Tempat yang nyaman serta rasa makanan dan minuman yang enak merupakan salah satu tujuan pembeli. Banyak masyarakat baik dari yang tua maupun yang muda memilih rumah makan ini untuk menghabiskan waktunya bersantai dan berkumpul bersama keluarga maupun kerabat dekat. Dan juga letaknya yang strategis sehingga mudah dijangkau oleh konsumen.

Berdasarkan pada uraian permasalahan diatas maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Sederhana By Pass Padang”**.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang di uraikan diatas, penulis membatasi masalah yang diteliti hanya pada pengaruh harga dan kualitas produk dalam keputusan pembelian pada Rumah Makan Sederhana By Pass Padang.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka penulis membuat perumusan masalah sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Sederhana By Pass Padang ?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Sederhana By Pass Padang ?

3. Seberapa besar pengaruh harga dan kualitas produ terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Sederhana By Pass Padang ?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Sederhana By Pass Padang.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Sederhana By Pass Padang.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Sederhana By Pass Padang.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan peneliti tentang bidang yang diteliti, serta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana.

2. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak manajemen untuk menentukan langkah-langkah yang tepat dalam upaya mengembalikan tingkat kepercayaan *customer* dengan cara memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian sehingga mampu meningkatkan volume penjualan kembali.

3. Bagi Pihak Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dan memperkaya ilmu pengetahuan, baik sebagai bahan informasi maupun sebagai bahan pustaka.

4. Bagi Kajian Peneliti berikutnya

Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan kajian untuk mengembangkan wawasan ilmiah serta bahan bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan keputusan pembelian.

