

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya zaman, semakin banyaknya bidang usaha yang bermunculan termasuk usaha kuliner. Usaha kuliner saat ini sangat menjadi fenomena tersendiri bagi penikmat kuliner, dimana penikmat kuliner menjadikan kebiasaan dalam menyantap jenis makanan dan minuman menjadi sebuah gaya hidup. Berbagai jenis usaha kuliner pada saat sekarang ini sangat melekat di kalangan masyarakat.

Persaingan usaha yang semakin ketat, terutama pada jenis usaha yang sejenis yang membuat pelaku usaha dituntut untuk berfikir cepat dalam menciptakan inovasi-inovasi yang dapat menarik konsumen serta membuat konsumen dapat bertahan dalam menikmati berbagai jenis makanan dan minuman yang ada. Seperti yang ada di Kota Padang, telah banyak berkembangnya tempat kuliner yang tersedia salah satunya Soerabi Bandung Enhaii Padang yang telah menjadi salah satu tujuan wisata kuliner bagi masyarakat Kota Padang. Berbagai jenis makanan dan minuman yang tersedia dijual dengan harga yang bervariasi. Tempat yang nyaman serta rasa makanan dan minuman yang enak menjadikan Soerabi Bandung Enhaii Padang sebagai tempat tujuan bagi masyarakat di kota padang baik yang tua maupun muda menjadikan Soerabi Bandung Enhaii Padang sebagai tempat berkumpul dan bersantai bersama keluarga.

Semakin banyaknya bermunculan jenis usaha yang bergerak di bidang kuliner, baik dari skala kecil seperti warung dan kafe, skala menengah seperti depot dan rumah makan, sampai skala besar seperti restoran-restoran. Jenis usaha yang berkembang tidak hanya menjadikan nama usaha sebagai nama saja, tetapi juga menjadikan nama usaha sebagai merek menjadi salah satu alat untuk menarik minat konsumen. Selain itu bagi konsumen, nama merek usaha menjadi gaya hidup tersendiri, dengan nama merek yang lebih banyak dikenal maka akan lebih diminati daripada merek usaha yang belum terkenal. Seperti usaha dengan merek Soerabi Bandung Enhaii Padang yang sudah dikenal oleh masyarakat Kota Padang sebagai salah satu nama merek usaha yang terkenal.

Setiap perusahaan selalu berusaha untuk dapat tetap hidup, berkembang, dan mampu bersaing. Dalam rangka inilah perusahaan selalu menetapkan dan menerapkan strategi dan cara pelaksanaan kegiatan pemasaran. Salah satu unsur dalam strategi pemasaran terpadu adalah strategi acuan/ bauran pemasaran, yang merupakan strategi yang dijalankan perusahaan yang berkaitan dengan penentuan bagaimana perusahaan menyajikan penawaran produk pada segmen pasar tertentu yang merupakan sasaran pasarnya. *Marketing mix* merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen. Empat variabel strategi acuan/bauran pemasaran: Strategi produk (terdiri dari

kualitas, penampilan, pilihan yang ada, gaya, merek, ukuran, jaminan dan pelayanan), Strategi harga, Strategi Penyaluran/ distribusi, Strategi promosi.¹

Agar tercapainya peningkatan penjualan, maka hal yang harus dilakukan bagi perusahaan dengan menetapkan harga secara tepat. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan dan pendapatan bagi perusahaan. Disamping itu harga merupakan bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat. Jadi apabila perusahaan menetapkan harga yang rendah dengan manfaat produk yang baik maka pelanggan akan merasa puas.²

Harga merupakan aspek pertama yang diperhatikan oleh penjual dalam usahanya untuk memasarkan produknya. Dari segi pembeli, harga merupakan salah satu aspek yang ikut menentukan pilihan untuk memuaskan kebutuhannya. Harga sebagai variabel kontrol yang menentukan diterima tidaknya barang oleh konsumen. Harga semata-mata tergantung kepada kebijakan produsen atau penjual, tetapi tentu saja di pertimbangkan berbagai hal. Murah atau mahalnya harga suatu barang sangat relatif sifatnya. Untuk perbandingan harga biasanya perusahaan membandingkan harga pada perusahaan lain, yang mana perusahaan harus selalu memonitor harga jual yang ditetapkan oleh pesaing, agar harga yang ditentukan oleh perusahaan tidak terlalu tinggi atau sebaliknya.³

¹ Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007), h. 197

² Marwan Asri, *Marketing*, (Yogyakarta: AMP YKPN, 1991), hlm. 308

³ *Ibid.*, h. 47

Harga juga menjadi indikator kualitas dimana suatu produk dengan kualitas tinggi akan berani dipatok dengan harga yang tinggi juga. Harga akan dapat mempengaruhi kesadaran konsumen akan suatu produk tertentu. Berdasarkan penelitian yang sebelumnya mengenai harga dapat diambil kesimpulan bahwa dengan harga yang relatif murah atau berada dibawah standar yang ditawarkan kepada konsumen, ternyata banyak perusahaan yang mengalami keuntungan dari segi penjualan. Tetapi, semua itu didasari dari kualitas produk/ jasa yang ditawarkan kepada konsumen.

Tabel 1.1

Daftar Harga Menu SOERABI BANDUNG ENHAI PADANG

No	Nama Produk	Harga
1	Soerabi Manis Coklat Susu	Rp. 8.000
2	Soerabi Manis Coklat Spesial	Rp. 10.000
3	Soerabi Manis Coklat Keju	Rp. 11.000
4	Soerabi Manis Coklat Keju Spesial	Rp. 12.000
5	Soerabi Manis Pisang Susu	Rp. 8.000
6	Soerabi Manis Pisang Coklat	Rp. 9.000
7	Soerabi Manis Pisang Coklat Keju	Rp. 12.000
8	Soerabi Manis Pisang Coklat Keju Spesial	Rp. 13.000
9	Soerabi Manis Pisang Keju	Rp. 11.000
10	Soerabi Manis Pisang Keju Spesial	Rp. 12.000
11	Soerabi Manis Nangka Susu	Rp. 9.000
12	Soerabi Manis Nangka Spesial	Rp. 10.000
13	Soerabi Manis Nangka Keju	Rp. 11.000
14	Soerabi Manis Nangka Keju Spesial	Rp. 12.000
15	Soerabi Manis Keju	Rp. 10.000
16	Soerabi Manis Keju Spesial	Rp. 12.000
17	Soerabi Manis Durian	Rp. 14.000
18	Soerabi Manis Durian Keju	Rp. 17.000
19	Soerabi Manis Durian Coklat Keju	Rp. 18.000
20	Soerabi Manis Jagung Manis	Rp. 11.000
21	Soerabi Manis Jagung Manis Keju	Rp. 13.000
22	Soerabi Manis Jagung Coklat Spesial	Rp. 13.000
23	Soerabi Manis Jagung Coklat Keju	Rp. 14.000
24	Soerabi Manis Strawberry	Rp. 9.000
25	Soerabi Manis Blueberry	Rp. 9.000

26	Soerabi Manis Oreo Susu	Rp. 9.000
27	Soerabi Manis Oreo Keju	Rp. 11.000
28	Soerabi Manis Oreo Ice Cream	Rp. 16.000
29	Soerabi Manis Coklat Ice Cream	Rp. 16.000
30	Soerabi Manis Pisang Ice Cream	Rp. 16.000

Sumber: *SOERABI BANDUNG ENHAI PADANG*

Pada dasarnya untuk memilih produk tertentu pelanggan akan mempertimbangkan nilai produk yang akan diterima atau diakui (*customer perceived value*). Pelanggan akan berkorban demi mendapatkan nilai produk tersebut. Dari buku *How to Win Customer Through Customer Service with Heart*, menurut Kotler dikatakan bahwa pengorbanan yang seharusnya dikeluarkan dan nilai yang seharusnya diperoleh pelanggan dapat dilihat pada determinan nilai yang diterima pelanggan atau *determinant of customer delivered value*.⁴

Suatu nilai yang diperoleh pelanggan lebih besar daripada jumlah nilai yang dikorbankan, pelanggan akan merasa kepuasan yang istimewa. Apabila jumlah nilai yang diperoleh pelanggan sama dengan jumlah nilai yang dikorbankan, pelanggan akan merasa kepuasan. Apabila jumlah nilai yang diperoleh pelanggan lebih kecil daripada nilai yang dikorbankan, pelanggan akan merasa kekecewaan.⁵

Selain itu variabel kualitas pelayanan juga merupakan salah satu hal yang cukup penting dalam suatu usaha. Dengan pelayanan karyawan yang ramah dan sopan dalam melayani pembeli dapat mempengaruhi calon pembeli untuk membeli. Karena dengan pelayanan yang memuaskan akan

⁴Budi Haryono, *How to Win Through Customer Service with Heart*, (Yogyakarta : Andi Offset 2016), h. 10

⁵*Ibid.*, h. 12

berdampak terjadinya pembelian yang berulang-ulang dan dapat meningkatkan penjualan. Di Soerabi Bandung Enhai selain kualitas pelayanan yang baik, usaha ini memiliki *Standar Operational Procedur* dimana setiap karyawan memiliki peran yang harus di jalankan sesuai dengan prosedur yang ada. Seperti *waiter* menyambut konsumen yang datang, mempersilahkan konsumen untuk duduk dan bertanya pesanan konsumen. Maka hal yang harus diperhatikan oleh setiap pelaku usaha dengan memeberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhah pelanggan. Baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan.⁶

Pengambilan keputusan merupakan suatu pendekatan yang sistematis terhadap permasalahan yang dihadapi. Pendekatan tersebut menyangkut pengetahuan esensi atas permasalahan yang dihadapi, pengumpulan fakta yang relevan dengan permasalahan yang dihadapi, analisis dengan menggunakan fakta dan data, mencari alternatif pemecahan, menganalisis setiap alternatif sehingga ditemukan alternatif yang paling rasional dan penilaian atas keluaran yang dicapai.⁷

Harga dan kualitas pelayanan satu kesamaan yang saling berhubungan dalam setiap konsumen melakukan keputusan pembelian, dimana dengan adanya harga yang relatif murah dan terjangkau dikalangan masyarakat, maka setiap masyarakat tidak berfikir dalam memilih makanan dan minuman yang bervariasi, karena harga yang ditawarkan bagi sebuah usaha kuliner tidak

⁶ Fauzi Mariani, Kepala toko Soerabi Enhai Padang, *Wawancara*, Padang, 22 Juli 2017

⁷ Siswanto, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta:bums askara, 2005), h.171

terlalu mahal dan terjangkau oleh masyarakat. Ditambah dengan kualitas pelayanan yang membuat masyarakat merasa nyaman untuk berkumpul dan menghabiskan waktu bersama teman, keluarga dan kerabat. Apabila harga dan kualitas pelayanan yang ditawarkan kepada konsumen dirasakan sesuai dengan kebutuhannya maka konsumen akan datang kembali dalam melakukan pembelian produk yang ditawarkan. Maka akan dilakukan oleh konsumen pembelian yang berulang-ulang.

Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Soerabi Bandung Enhaii Padang. Disini penulis ingin melihat bagaimana Soerabi Bandung Enhaii Padang ini dapat bersaing dengan banyaknya bermunculan usaha-usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman . Dengan ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Soerabi Bandung Enhaii Padang).**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka rumusan masalah dari penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Soerabi Enhaii?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Soerabi Enhaii?
3. Bagaimana pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Soerabi Enhaii?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka penelitian ini dibatasi pada bagaimana pengaruh harga produk soerabi dan kualitas pelayanan (khususnya dilihat dari segi pelayanan kasir, penyaji, waiters) terhadap keputusan pembelian pada Soerabi Enhaii di Kota Padang.

D. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini tujuan yang ingin dicapai yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Soerabi Enhaii Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Soerabi Enhaii Padang.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Soerabi Enhaii Padang.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan memberi kegunaan sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan menambah pemahaman mengenai manfaat dari keputusan pembelian dalam dunia bisnis untuk diterapkan dimasa yang akan datang.

2. Bagi pihak akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan dan referensi perpustakaan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan keputusan pembelian

3. Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak manajemen untuk menentukan langkah-langkah yang tepat dalam upaya mengembalikan tingkat kepercayaan pelanggan dengan cara memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian sehingga mampu meningkatkan volume penjualannya kembali. Penelitian ini pun diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi yang dapat dipertimbangkan oleh perusahaan sehingga dapat dipergunakan dalam menentukan kebijakan kedepannya.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembahasan, penulisan skripsi ini disusun secara sistematis ke dalam lima bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Berisi tentang landasan teori, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, penelitian terdahulu.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Berisi tentang variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang hasil dan pembahasan berisi gambaran umum objek penelitian, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dan saran



UIN IMAM BONJOL
PADANG