

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Makanan merupakan kebutuhan pokok yang sangat penting di dalam kehidupan manusia. Selain menjadi kebutuhan pokok makanan juga sumber energi yang berupa karbohidrat, kalori, protein dan zat besi yang bisa memberi tenaga bagi yang mengonsumsi. Namun sesuai perkembangan zaman modern ini, makanan bukan lagi hanya sebagai sumber asupan energi atau pun menjadi kebutuhan pokok. Sekarang fungsi makanan menjadi lebih bervariasi, dan dapat dimanfaatkan menjadi sumber penghasilan, atau sebagai usaha yang menjanjikan. Sebagai fakta, sekarang banyak ditemui usaha kuliner yang didirikan di mana-mana. Usaha kuliner yang didirikan bisa bermacam-macam, seperti dari warung makan sederhana yang terdapat dipinggir jalan, tingkat menengah seperti restoran sederhana, hingga yang paling mewah yang terdapat di hotel dan mall dengan harga yang relatif mahal. Dengan demikian kebutuhan akan makanan bukan sekedar kebutuhan jasmani yang memberikan rasa kenyang bagi yang lapar, tetapi juga menjadi hiburan bagi manusia modern.

Masyarakat cenderung mencari segala sesuatu yang bervariasi, yang lebih memiliki daya tarik dibandingkan hanya dengan kualitas barang saja. Contohnya, warung yang menjual kopi di pinggir jalan tidak mempunyai daya tarik yang besar

bagi kaum menengah ke atas. Tapi, kedai kopi di dalam mall atau tempat-tempat berkkelas seolah memiliki sesuatu yang luar biasa menarik, meskipun produk yang dijual tidak terlalu berbeda. Maksudnya di sini, yang membedakan mereka bukanlah kualitas, melainkan penampilan dan variasi atau tata cara melayaninya memuaskan konsumen, bahkan dari sebelum mereka masuk dan makan/ minum di tempat tersebut.

Fenomena yang terjadi di restoran batik kuring adalah jarang sekali konsumen yang datang, rumah makan elit ini selalu ramai karena pelanggan setianya. Walaupun yang datang hanya pelanggan setianya omset batik kuring dinilai sangat fantastis yaitu 1.4 M perbulanya. Harga yang dibandrol batik kuring juga tergolong mahal jadi untuk customer pertimbangan dalam keputusan pembeliannya. Selain itu rata-rata pelanggan batik kuring adalah orang-orang dewasa, bapak-bapak dan ibu-ibu 25-50thn. Promosi juga jarang dilakukan restaurant ini salah satu faktor konsumen jarang berkunjung.

Tabel 1.1
Omset Penjualan pada restaurant Batik Kuring Maret 2018- Maret 2019

Bulan	Pejualan	Kenaikan / Penurunan Penjualan	Presentase
Maret 2018	Rp. 1.182.788.963		

April 2018	Rp. 1.198.963.522	Rp 16.174.559	73.1%
Mei 2018	Rp. 1.511.795.426	Rp 312.831.904	3.83%
Juni 2018	Rp. 1.498.875.156	Rp -12.920.270	0.85%
Juli 2018	Rp. 1.394.153.048	Rp -104.722.108	0.7%
Agustus 2018	Rp. 1.282.958.127	Rp -111.194.921	0.8%
September 2018	Rp. 1.326.729.008	Rp 43.770.881	0.34%
Oktober 2018	Rp. 1.333.294.823	Rp 6.565.815	0.5%
November 2018	Rp. 1.358.156.130	Rp 24.861.307	0.2%
Desember 2018	Rp. 1.349.258.267	Rp -6.897.863	0.5%
Januari 2019	Rp. 1.357.169.963	Rp 7.911.696	0.5%
Febuari 2019	Rp. 1.344.958.127	Rp -12.211.836	0.8%
Maret 2019	Rp. 1.342.168.972	Rp -2.789.200	0.2%

Sumber : Restaurant Batik Kuring 2019

Dengan melihat tabel 1.1, kita bisa mengetahui dalam periode tertentu (dari table) Restoran Batik Kuring dapat memperoleh penghasilan yang cukup baik. Dari data di atas, kita bisa melihat terjadinya fluktuasi harga yang terjadi pada tiap periode tertentu.

Objek dari penelitian ini adalah Restoran Batik Kuring yang bertempat di Kawasan SCBD, Jakarta Selatan. Beroperasi sebagai sebuah restaurant atau rumah makan elit yang menyajikan makan sunda. Berdiri diatas lahan seluas 1000 meter

persegi merupakan keunggulan sarana parkir yang ada untuk menampung 60 mobil dengan dilengkapi 10 ruang VIP serta outdoor area atau hall yang dapat menampung 300 pelanggan. Selain itu batik kuring juga dapat menyediakan acara-acara khusus seperti getring perusahaan, weeding atau acara lainnya.

Proses keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya adalah sama, namun proses pengambilan keputusan tersebut akan diwarnai oleh ciri kepribadian, usia, pendapatan dan gaya hidupnya. Keputusan Pembelian di Restoran Batik Kuring hanya dilakukan oleh para pelanggan namun untuk customer keputusan pembelian di restoran ini masih tergolong rendah.

Promosi secara umum lebih kepada pengenalan produk dan jasa kepada konsumen agar lebih meningkatkan kepercayaan terhadap suatu produk tertentu , untuk meningkatkan penjualan produk, barang, dan jasa dengan kata lain meningkatkan keuntungan, keputusan konsumen untuk membeli atau tidak terhadap suatu produk. Dengan melakukan promosi yang menarik dan membedakan dengan pesaingnya maka akan menarik konsumen baru atau konsumen pelanggannya untuk melakukan pembelian produk. Promosi yang membedakan Restaurant Batik Kuring dengan restorannya lainnya adalah selalu memanfaatkan media sosial dengan menggunakan iklan IG (instagram), iklan dalam majalah, dan menggunakan brosur yang menarik. Adapun dalam promosi penjualan Restoran Batik Kuring memberikan diskon dalam jangka waktu tertentu seperti harian, mingguan, dan bulanan, memberikan diskon dalam bentuk kupon disetiap pembelian makanan atau minuman,

dan Restoran Batik Kuring selalu melakukan *event-event* kegiatan promosi penjualan. Sedangkan di restoran lain hanya hari-hari besar saja jika mengadakan promosi.

Kualitas Pelayanan umumnya berhubungan dengan terpenuhinya harapan dan kebutuhan pelanggan atau penggunanya. Artinya pelayanan dikatakan berkualitas apabila perusahaan tertentu mampu menyediakan produk atau jasa sesuai dengan keinginan, kebutuhan maupun harapan pelanggan atau penggunanya. Dalam bisnis yang sangat ketat kualitas layanan juga menduduki peranan besar karena setiap konsumen memutuskan melakukan pembelian atau menggunakan jasa selain melihat kualitas produk dan harga konsumen juga bisa tertarik dari kualitas layanan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Adapun kualitas layanan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut yaitu seperti sopan santun dan keramahan ketika memberikan pelayanan, kenyamanan konsumen yaitu seperti lokasi, ruang tunggu yang nyaman, kebersihan ketersediaan informasi dan lain sebagainya. Kualitas pelayanan dalam Restoran Batik Kuring adalah memberikan pelayanan yang menjanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan kepada konsumen sehingga konsumen atau pelanggan merasa puas akan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak restoran.

Harga juga merupakan variabel penting. Harga yang rendah atau harga yang terjangkau memicu untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Namun harga juga menjadi indikator kualitas dimana suatu produk dengan kualitas tinggi akan berani dipatok dengan harga yang tinggi pula. Harga akan dapat mempengaruhi kesadaran konsumen akan suatu merek produk tertentu. Namun harga juga menjadi indikator

kualitas dimana suatu produk dengan kualitas tinggi akan berani dipatok dengan harga yang tinggi pula. Harga dalam Restaurant Batik Kuring tergolong mahal, tetapi relatif standar untuk restoran di kawasan SCBD yang dimana pangsa pasarnya untuk kalangan menengah ke atas.

Tabel 1.2
Research Gap

Variabel	Peneliti	Hasil Penelitian
Promosi	Afriani Novita Anwar dan Erpiawan (2015)	Berpengaruh terhadap keputusan pembelian
	Geofani Da Costa Jong (2015)	Tidak Berpengaruh terhadap keputusan pembelian
	Jakson R.S Weenas (2016)	Berpengaruh terhadap keputusan pembelian
Harga	Afriani Novita Anwar dan Erpiawan (2015)	Tidak Berpengaruh terhadap keputusan pembelian
	Geofani Da Costa Jong (2015)	Tidak Berpengaruh terhadap keputusan pembelian
	Jakson R.S Weenas (2016)	Berpengaruh terhadap keputusan pembelian
Kualitas Pelayanan	Afriani Novita Anwar dan Erpiawan (2015)	Tidak Berpengaruh terhadap keputusan pembelian
	Geofani Da Costa Jong (2015)	Berpengaruh terhadap keputusan pembelian

	Jakson R.S Weenas (2016)	Berpengaruh terhadap keputusan pembelian
--	-----------------------------	--

Sumber: diolah penulis 2019

Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti melaksanakan penelitian lebih

lanjut dengan judul **“Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Restaurant Batik Kuring Jakarta Selatan”**

1.2 Perumusan Masalah

1. Apakah Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Restaurant Batik Kuring?
2. Apakah Promosi secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Restaurant Batik Kuring?
3. Apakah Harga secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Restaurant Batik Kuring?
4. Apakah Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Restaurant Batik Kuring?

1.3 Pembatasan Masalah

Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Karena keterbatasan dana dan waktu maka penelitian ini hanya meneliti Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Restaurant Batik Kuring.
2. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan April 2019 sampai Juli 2019.

1.4 TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN

1.4.1 Tujuan Penelitian

- a) Untuk mengetahui pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Restaurant Batik Kuring.
- b) Untuk mengetahui pengaruh Promosi secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Restaurant Batik Kuring.
- c) Untuk mengetahui pengaruh Harga secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Restaurant Batik Kuring.
- d) Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Restaurant Batik Kuring.

1.4.2 Kegunaan Penelitian

- a) Bagi Penulis

Sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana ekonomi pada Universitas Satya Negara Indonesia.

b) Bagi Perusahaan

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan masukan bagi Perusahaan (Batik Kuring) untuk dapat mengetahui pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.

c) Bagi Civitas Akademik

Penelitian ini di harapkan dapat menambah pengetahuan dan refensi penelitian mengenai pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di masa akan datang.

