

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Di Negara Indonesia, bisnis usaha kuliner makin banyak diminati dan disukai dengan meninjau masyarakat yang memilih berbagai menu makanan dan minuman yang semakin banyak, baik itu untuk makanan tradisional, makanan nasional dan makanan internasional. Hal ini diperbuktikan dengan usaha kuliner semakin banyak dari waktu ke waktu yang tentu tiap menunya tersebut memiliki penawarannya masing-masing. Kebutuhan untuk sekarang ini terhadap makanan dan minuman tidak hanya sebagai kebtuhan dasar saja yang wajib untuk terpenuhi, hal ini terlihat dari aktivitas makanan dan minuman yang dimanfaatkannya, ini saat ini menjadi suatu ajang untuk bersosialisasi. Banyak yang menganggap bahwa ini akan mengalami pertumbuhan dan tentu ini ialah sebagai peluang yang baik dan menjanjikan untuk para pebisnis dalam bidang kuliner.

Dalam upayanya berhadapan dengan kompetisi yang sekarang ini semakin ketat, dengan demikian ini menjadikan setiap pengusaha waktu untuk berkompetisi guna memenangkan kompetisi yang ada sekarang ini. Banyak cara yang pengusaha lakukan guna menaikkan tingkat pembelian dengan cara menyediakan layanan yang lebih baik dan berkualitas diperbandingkan dnegan apa yang kompetitor lakukan. Oleh sebab itu, hanya para penguasa yang bermutulah yang dapat berkompetisi dan merajai pasar.

Kualitas ini memberi dorongan pada konsumen agar berupaya untuk menjalin ikatan hubungan dengan pengusaha dengan lebih kuat.

Pengusaha bisnis kuliner berlomba-lomba menciptakan ide kreatif dalam mengembangkan bisnis kulinernya. Berbagai macam upaya yang dilaksanakan pengusaha demi menarik minat dan perhatian konsumen. Tidak hanya sekedar mengutamakan minat dan perhatian konsumen, menciptakan kualitas produk yang baik juga merupakan hal yang terpenting yang menjadi pusat perhatian pada pengusaha bisnis kuliner. Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas dari produk dalam suatu industri kuliner ini benar-benar menggunakan bahan pilihan yang tidak dapat diragukan lagi.

Restoran Pappa Rich adalah Restoran asal Negeri tetangga Malaysia yang berkembang cukup lama di Indonesia, melayani berbagai pilihan makanan dan minuman seperti : Nasi Lemak With Fried Chiken, Beef Rendang, Squid, Pappa Curry Laksa, Char Kway Teow, Pappa Steam Chicken, Pappa Wholemeal, Pappa Hainan Taosted, dan berbagai pilihan minuman seperti, Pappa White Coffe, Kopitiam Roast Groun Blac Coffe dan berbagai pilihan menu lainnya.

Tabel 1.1

Target dan Realisasi Penjualan Produk Pappa White Coffe pada Restoran Pappa Rich Tahun 2021

No	TargetPenjualan	Total Penjualan
1	Agustus	9.825.700
2	September	10.730.000
3	Oktober	9.600.000
4	November	8.220.000

Sumber : Data Pengusaha Penjualan Produk Pappa White Coffe Tahun 2021.

Dari Tabel 1.1 di atas diperoleh fenomena bahwa perkembangan penjualan Produk Pappa *White Coffe* mengalami ketidak stabilan pada tahun 2021. Pada bulan Agustus penjualan sebesar Rp. 9.825.700. Dan pada bulan September penjualan meningkat sebesar 9,97% yaitu sebanyak Rp. 10.730.000 dan pada bulan Oktober Penjualan menurun sebesar 87,23% yaitu sebanyak Rp. 9.600.000 dan terjadi penurunan kembali pada bulan November sebesar 83,30% yaitu sebanyak Rp. 8.220.000. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa unsur yang mempengaruhi konsumen untuk memutuskan pembelian di Restoran Pappa Rich. Dalam hal ini dapat diindikasikan sebagai fenomena pada penelitian ini karena terjadi adanya penurunan pendapatan terhadap Restoran PappaRich yang menurut peneliti dipengaruhi oleh beberapa variabel apakah harga, kualitas produk, dan lokasi dari produk tersebut. Maka peneliti ingin mengetahui apakah faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Restoran Pappa Rich di Jakarta Utara.

Keputusan pembelian ini ialah sebagai unsur yang fundamental untuk dicermati, hal ini dikarenakan bahwa ini nantinya akan menjadi pertimbangan untuk pengusaha dalam upayanya guna melakukan perumusan untuk strategi pemasaran yang dapat diterapkan dalam mempromosikan dan mensosialisasikan produknya ke pasaran. Banyak perusahaan yang menghasilkan beberapa jenis produk tertentu, namun memiliki kualitas yang tidak sama. Produk yang dijualnya tersebut wajib untuk mempunyai manfaat yang dapat memenuhi dan mewartakan keinginan dan kebutuhan konsumennya. Kepentingan perusahaan supaya produk yang dijajakannya tersebut diterima di

pasar dan dapat berkompetisi dengan produk yang lainnya, hal ini memperlihatkan bahwasannya konsumen tidak senantiasa paham dengan informasi yang disampaikan tersebut, dengan demikian sebelum memutuskan untuk menggunakan atau membeli suatu produk tertentu, dengan demikian seorang konsumen akan melaksanakan proses pengambilan keputusan lebih dahulu. Proses dalam mengambil keputusan ini didefinisikan sebagai tahapan konsumen dalam memutuskan produk tertentu yang dianggapnya terbaik.

Merujuk pernyataan Nitisusastro (2017), mengungkapkan bahwa keputusan pembelian ini didefinisikan dengan sebuah keputusan yang seorang pembeli tersebut sebelumnya pilih atas berbagai pilihan yang tersedia. Proses dari keputusan pembelian konsumen ditentukan dengan dua faktor, di antaranya ialah faktor internal dan juga faktor eksternal. Faktor internal ini didefinisikan dengan kondisi bahwa seorang konsumen memberi sumbangsih pengaruh signifikan. Psikologi konsumen ini dapat berbentuk dengan promosi, citra merek, harga, kualitas pelayanan, dan produk, yakni yang sebagai faktor yang dapat memberi pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen tersebut.

Berdasarkan pra survey yang peneliti lakukan pada Restoran Pappa Rich, faktor-faktor yang dapat memberi pengaruh terhadap keputusan pembelian ini mencakup dengan lokasi, harga dan juga kualitas produk.

Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan pembelian di Restoran Pappa Rich adalah Harga. Harga ini didefinisikan sebagai satu dari berbagai

faktor yang dapat memberi pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, hal ini dikarenakan bahwa dengan terdapatnya harga konsumen, dengan demikian akan memungkinkannya untuk memilih produk apa yang nantinya akan dibelinya dari suatu perusahaan tertentu tersebut. Harga ialah sebagai ukuran untuk besar ataupun kecil dari nilai kepuasan seorang individu atas produk yang dibeli ataupun digunakannya tersebut. Seorang individu atau konsumen akan berani untuk mengeluarkan biaya untuk suatu produk tertentu tersebut dengan biaya yang tinggi jika seorang konsumen tersebut menganggap bahwa kepuasan yang diharapkannya atas suatu produk tertentu tersebut tinggi. Dengan melalui kepuasan konsumen akan suatu produk yang dibeli dan atau digunakannya tersebut, dalam hal ini ialah sebagai motivasi untuk perusahaan agar senantiasa berupaya menaikkan kualitas produknya serta senantiasa melakukan pengembangan untuk produknya dalam menaikkan kepuasan konsumennya dengan lebih baik.

Merujuk pernyataan Nitisusastro (2017), mengemukakan bahwa harga didefinisikan dengan nilai barang yang dirupakan ataupun ditentukan dengan alat tukar ataupun sejumlah uang yang senilai dengannya, yang wajib dibayarkan untuk suatu layanan jasa dan atau barang untuk waktu yang tertentu. harga ialah sebagai faktor yang dapat menentukan untuk memilih suatu produk tertentu, dengan terdapatnya harga konsumen ini akan menjadikannya lebih mudah dalam memilih suatu produk, dengan demikian harga akan menjadi suatu faktor pertama untuk daya tarik konsumen akan sebuah produk tertentu, dengan terdapatnya ketentuan harga ini, dengan

demikian konsumen nantinya akan lebih mudah dalam melakukan pengambilan keputusan untuk membeli atau menggunakan suatu produk ataupun layanan jasa yang dibutuhkannya tersebut. Harga didefinisikan sebagai satu dari berbagai elemen dari bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan, elemen ini nantinya akan menghasilkan biaya. Harga beroperasi sebagai determinan utama pilihan pembelian, harga yang relatif lebih murah dari produk pesaing menjadikan konsumen lebih tertarik untuk membeli produk tersebut.

Konsumen pada umumnya akan memilih jenis kuliner yang harganya terjangkau. Harga didefinisikan dengan satu dari berbagai pertimbangan yang fundamental untuk konsumen dalam memilih jenis kuliner yang nantinya akan dinikmatinya. Industri kuliner perlu melihat pentingnya konsumen untuk menentukan keputusan pembelian Harga produk Pappa White Coffe pada Restoran Pappa Rich sangat terjangkau bagi konsumen kalangan menengah kebawah. Harga yang terjangkau oleh konsumen membuat konsumen tertarik untuk memutuskan pembelian produknya. Penelitian sebelumnya yang dilaksanakan Suhendri (2019) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Restoran A&W Supermal Karawaci.

Faktor kedua yang dapat memberi pengaruh terhadap keputusan pembelian ini ialah berupa kualitas produk. Kualitas produk didefinisikan dengan kemampuan barang dalam menyediakan kinerja dan ataupun hasil yang sesuai dan bahkan melampaui dari apa yang konsumen tersebut harapkan.

Keterkaitan keputusan pembelian konsumen dengan kualitas produk ini dapat ditinjau berdasarkan pada kemampuan produk dalam menghasilkan kepuasan konsumen. Kualitas produk ini dipengaruhi dengan konsumen dalam meninjau berbagai karakteristik yang terdapat dalam sebuah layanan jasa ataupun produk, yang mana bahwa puas dan tidak puas konsumen ini dipengaruhi dengan nilai yang didapatkannya dalam mengonsumsi atau menggunakan suatu produk itu sendiri.

Merujuk pernyataan Kotler and Keller (2016), mengemukakan bahwa Kualitas produk didefinisikan dengan kemampuan barang dalam menyediakan kinerja dan ataupun hasil yang sesuai dan bahkan melampaui dari apa yang konsumen tersebut harapkan. Kualitas produk ini ialah sebagai unsur yang wajib untuk mendapatkan perhatian utamanya oleh para produsen atau perusahaan, hal ini dikarenakan bahwa kualitas produk ini memiliki keterkaitan hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen, yang sebagai tujuan aktivitas pemasaran yang perusahaan tersebut lakukan. Kualitas ini menunjukkan tingkatan kemampuan produk atau merek tertentu dalam memberikan atau menyediakan fungsinya. Restoran Pappa Rich adalah sebuah restoran asal Negeri tetangga Malaysia yang berkembang cukup lama di Indonesia, Restoran ini menawarkan kualitas dari berbagai pilihan makanan dan minuman seperti : Nasi Lemak With Fried Chiken, Beef Rendang, Squid, Pappa Curry Laksa, Char Kway Teow, Pappa Steam Chicken, Pappa Wholemeal, Pappa Hainan Taosted, Dan Berbagai Pilihan Minuman lainnya Seperti, Pappa White Coffe,

Kopitiam Roast Groun Blac Coffe, maka akan menyebabkan kepuasan konsumen yang tinggi.

Penelitian sebelumnya yang dilaksanakan Suhendri (2019) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Restoran A&W Supermal Karawaci.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah lokasi. Lokasi yang strategis menjadi pilihan konsumen untuk memilih kuliner, selain itu ketersediaan lahan parkir tempat yang nyaman dan bersih dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian kembali di Restoran PappaRich. Merujuk uraian Buchari Alma (2003:103), menyebutkan bahwa lokasi ialah sebagai suatu tempat dari perusahaan atau produsen tersebut menjalankan operasionalnya dan ataupun tempat dari perusahaan melaksanakan aktivitasnya dalam menghasilkan barang dan juga jasa yang memprioritaskan sisi ekonomi. Lokasi didefinisikan dengan satu dari berbagai faktor situasional yang turut memberi sumbangsih pengaruh terhadap keputusan pembelian. Dalam konsep pemasaran, ada istilah yang disebut dengan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang di dalamnya terdirikan atas beberapa unsur, di antaranya ialah lokasi usaha, produk dan juga harga. Dalam bauran pemasaran ini (*marketing mix*), lokasi usaha dikenal dengan saluran distribusi perusahaan, hal ini dikarenakan bahwa lokasi ini memiliki keterkaitan hubungan secara langsung dengan konsumen atau pembeli, atau dapat dinyatakan sebagai tempat produsen dalam menyalurkan atau mendistribusikan produk yang dihasilkannya pada konsumen atau penggunaannya.

Penelitian sebelumnya yang dilaksanakan Puspitasari, Dian Eka dan Welly Nailis (2018) menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian KFC Dermaga Point Palembang.

Disamping adanya fenomena masalah di atas, masih terdapat perbedaan hasil penelitian yang dilaksanakan peneliti sebelumnya sebagai berikut :

Tabel 1.2

Research Gap

No	Variabel	Peneliti	Tahun Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Harga	Made Fajar Fernando Ni Made Asti Aksari	2018	Berpengaruh terhadap keputusan pembelian
		Eka Gustina	2014	Tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian
2	Kualitas Prduk	Rosita Inne Satyawisudarini	2017	Berpengaruh terhadap keputusan pembelian
		Yosefina Edward H Siregar	2014	Tidak Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian
3	Lokasi	Rani Puspa Angrian Permana Sesiyana Nuryanti	2017	Berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Sumber : Diolah penulis 2022

Berdasarkan Fenomena masalah dan adanya perbedaan hasil penelitian di atas, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAPPAL WHITE COFFE PADA RESTORAN PAPPAL RICH DI JAKARTA UTARA”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah harga, kualitas produk dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Restoran Pappa Rich?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Restoran Pappa Rich?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Restoran Pappa Rich?
4. Apakah lokasi berpengaruh terhadap Restoran Pappa Rich?

C. Batasan Masalah

1. Dalam penelitian ini penulis hanya membahas mengenai harga, kualitas produk, lokasi terhadap keputusan pembelian.
2. Penelitian ini hanya dilakukan pada Pappa Rich Di Jakarta Utara.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada Restoran Pappa Rich.

- b. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Restoran Pappa Rich.
- c. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Restoran Pappa Rich.
- d. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada Restoran Pappa Rich.

2. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kegunaan sebagai berikut :

a. Bagi Praktisi

Penelitian ini harapannya ialah menyediakan informasi berkaitan dengan berbagai faktor yang dapat memberi sumbangsih pengaruh terhadap keputusan pembelian, dalam hal ini di antaranya ialah lokasi, harga dan kualitas produk, yang nantinya akan menjadi rujukan untuk perusahaan supaya dapat menyelesaikan permasalahan perusahaan, khususnya dalam bidang Pemasaran, yang bermanfaat dalam membuat keputusan di masa sekarang ini dan juga di masa depan perusahaan.

b. Bagi Institusi

Penelitian ini diharapkan berguna untuk menjadi bahan literatur dan referensi dalam melaksanakan penelitian berikutnya yang variabelnya sama dengan penelitian ini.

c. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini berguna sebagai satu dari berbagai contoh dari penerapan dan implikasi hasil penelitian dalam bidang bisnis. Hasil

penelitian ini memberi gambaran pada peneliti mengenai berbagai permasalahan yang berhubungan dengan Manajemen Pemasaran yang perusahaan hadapi berikutnya dan menjadi rujukan untuk peneliti yang berkecimpung dalam bidang dunia kerja di masa depan. Hasil penelitian ini berguna untuk peneliti berikutnya yang menjadi rujukan dalam melaksanakan penelitian dengan lebih berlanjut yang berkaitan dengan topik penelitian yang sejenis.

