

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bisnis yaitu salah satu peluang usaha yang diminati masyarakat saat ini. Bisnis terbagi menjadi beberapa kategori berdasarkan jenis produknya, misalnya dalam bidang property, *kuliner*, fashion, dan sebagainya.

Salah satu dari unit bisnis yang ikut merasakan persaingan yang ketat adalah bisnis dibidang kuliner. Dimana kebutuhan manusia yang harus dipenuhi, sehingga usaha kuliner banyak diminati dan dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai peluang usaha yang menjanjikan. Seiring dengan perkembangan zaman, bisnis kuliner yang paling digeluti oleh para pebisnis ialah makanan siap saji. Salah satu jenis makanan yang sudah siap saji yang sangat disukai oleh semua orang terutama mie. Kemudian berkembang bisnis yang menyajikan mie olahan sebagai menu utama , salah satunya mie ramen.

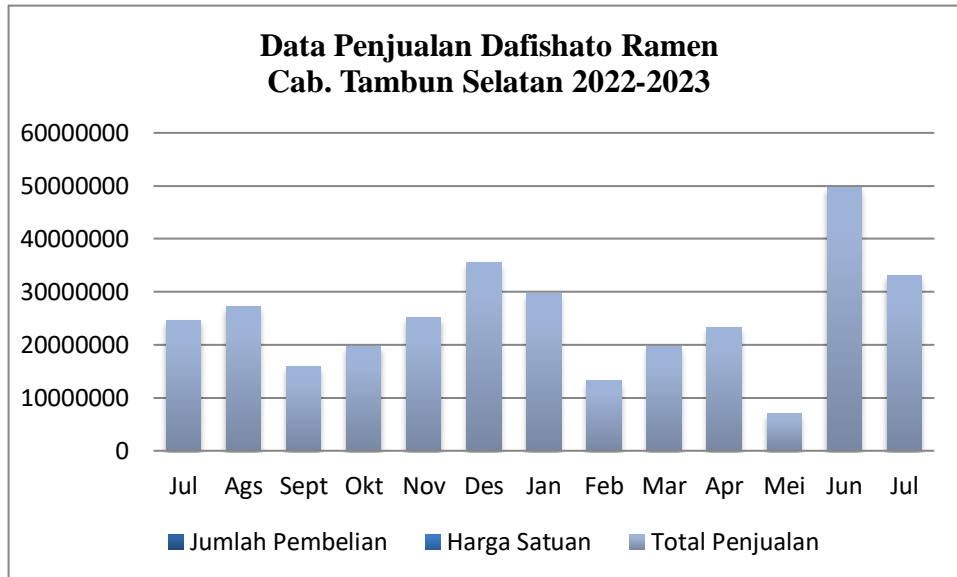
Ramen berasal dari China dan disebut *Chuka Soba* oleh orang Jepang. Karena *Soba* atau *O-saba* dalam bahasa Jepang disebut mie. Pada umumnya ramen disajikan dengan kuah panas dan diberi topping seperti jamur, *beef*, telur rebus, dan tempura. Salah satu makanan Jepang populer saat ini dikalangan anak muda.

Menurut dari penjelasan owner Dafishato Ramen Cabang Tambun tersebut dapat disimpulkan bahwa dari tujuh cabang Dafishato Ramen, hanya tiga cabang yang beroperasi, yaitu taman Kebalen Bekasi, Bekasi Timur Regency, dan Tambun. Empat cabang lain-Nya terpaksa ditutup karena kesulitan dalam pengelola, kekurangan karyawan, tidak mencapai target yang di harapkan, dan serta masalah lokasi yang kurang strategis yang membuat ramen itu kurangnya peminat.

Berdasarkan grafik 1.1 di bawah ini terlihat belum mencapai target Rp60.000.000 penjualan yang dimana dafishato ini memiliki target penjualan Rp60.000.000 dapat dilihat bulan September 2022. Namun, sampai Bulan Juli

2023 ini Restoran Dafishato Ramen Cabang Tambun belum memenuhi target penjualan tersebut. Hal tersebut disebabkan karna dapat permasalahan pada harga penjualan.

Gambar 1.1 Grafik Penjualan Dafishato Ramen Tambun Selatan



Sumber: Restoran Dafishato Ramen Cabang Tambun, 2023

Harga ialah sejumlah nilai yang telah diberikan kepada pelanggan sebagai manfaat dari mereka yang mempunyai atau memanfaatkan barang atau jenis layanan tambahan, yang ditentukan melalui tawar menawar antara penjual dan pembeli, atau harga yang diberikan dari penjual kepada setiap konsumen (Maramis1 et al., 2018)

Tabel 1.1 Pengaruh Harga

Dafishato Ramen		Sai Ramen	
Jenis Produk	Harga	Jenis Produk	Harga
Original	Rp15.000,00	Original	Rp47.200,00
Chicken Ramen Katsu	Rp25.000,00	Chicken Ramen Katsu	Rp47.200,00
Curry	Rp27.000,00	Curry	Rp51.400,00
Minuman	Rp12.000,00	Minuman	Rp15.000,00
Snack	Rp15.000,00	Snack	Rp15.700,00

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Berdasarkan Tabel 1.1 yang disebutkan di atas dan menurut pra survey pada tabel 1.2 dibawah yang dilakukan kepada 10 responden Dafishato Ramen yang telah melakukan pembelian terhadap Dafishato Ramen minimal 1 kali, sebagian besar pengunjung mengatakan bahwa restoran Dafishato Ramen Cabang Tambun cenderung lebih murah jika dibandingkan dengan restoran sejenis lainnya yang menjual jenis produk (menu) yang sama, memiliki ukuran dan varian isi yang berbeda.

Dengan penjelasan tersebut diperkuat dengan beberapa pertanyaan. Namun, pihak restoran mengatakan bahwa harga ramen tersebut tergolong masuk akal karena sebanding dengan kualitas produk yang diberikan.

Tabel 1.2 Presepsi Tentang Harga terhadap Konsumen

No	Pernyataan	Jawaban (%)		Jumlah Responden
		Ya	Tidak	
1	Harga yang ada pada Dafishato Ramen Cabang Tambun dapat bersaing dengan restoran lain	50	50	10
2	Harga yang ada pada Dafishato Ramen Cabang Tambun dapat terjangkau oleh semua kalangan masyarakat	50	50	10

3	Harga yang ada pada Dafishato Ramen Cabang Tambun memiliki harga yang relatif mahal dibandingkan restoran lain	30	70	10
4	Harga yang ada pada Dafishato Ramen Cabang Tambun memiliki harga yang sesuai dengan keinginan	50	50	10

Sumber: Hasil Survey Primer, 2023

Berdasarkan tabel 1.2 di atas menunjukkan terdapat 5 responden atau 50% menyatakan bahwa harga Dafishato Ramen Cabang Tambun ini tidak dapat bersaing dengan resto lain, 50% menyatakan bahwa Harga pada Dafishato Ramen Cabang Tambun dapat terjangkau oleh semua kalangan masyarakat , 70% menyatakan bahwa Harga pada Dafishato Ramen Cabang Tambun ini tidak relatif mahal dibandingkan resto lain, dan menyatakan 50% bahwa Harga yang ada pada Dafishato Ramen Cabang Tambun memiliki Harga yang sesuai dengan keinginan . Dari hasil pra survey tersebut terbukti hasil yang paling tinggi dengan 70% atau 7 responden menjawab tidak setuju bahwa konsumen mengatakan bahwa restoran Dafishato Ramen Cabang Tambun cenderung lebih mahal jika dibandingkan dengan restoran sejenis lainnya yang menjual jenis produk (menu) yang sama.

Kualitas Pelayanan harus didasarkan pada kebutuhan dan persepsi pelanggan mereka yang mana tanggapan konsumen terhadap kualitas pelayanan di dasarkan pada evaluasi mendalam tentang keuntungan dari suatu jasa (Maramis1 et al., 2018)

Tabel 1.3 Presepsi Tentang Kualitas Pelayanan terhadap Konsumen

No	Pernyataan	Jawaban (%)		Jumlah Responden
		Ya	Tidak	
1	Karyawan Dafishato Ramen Cabang Tambun menjalankan tugasnya dan melayani pembelian anda dengan baik secara langsung	40	60	10
2	Dafishato Ramen Cabang Tambun memiliki tempat yang nyaman	60	40	10
3	Karyawan Dafishato Ramen Cabang Tambun bersifat santun	50	50	10
4	Karyawan Dafishato Ramen Cabang Tambun selalu menanggapi apa yang diinginkan oleh pelanggan	30	70	10

Sumber: Hasil Survey Primer, 2023

Berdasarkan tabel 1.3 di atas yang dilakukan pada 10 responden dapat dilihat mengenai beberapa permasalahan yang dihadapi Dafishato Ramen Cabang Tambun mengenai kualitas pelayanan. Ditinjau dari beberapa pertanyaan, sebanyak 60% atau 6 responden bahwa konsumen menjawab tidak bahwasannya karyawan Dafishato Ramen Cabang Tambun menjalankan tugasnya dan melayani pembelian anda dengan baik secara langsung, 60% menyatakan bahwa Dafishato Ramen Cabang Tambun memiliki tempat yang nyaman, 50% menyatakan bahwa karyawan Dafishato Ramen Cabang Tambun bersifat santun, dan 70% menyatakan bahwa karyawan Dafishato Ramen Cabang Tambun tidak selalu menanggapi apa yang diinginkan oleh pelanggan.

Untuk memastikan bahwa pelanggan tidak kecewa, pelayanan harus diberikan sebaik mungkin. Salah satu masalah kualitas pelayanan yang

berkaitan dengan minat beli konsumen adalah pelayanan yang lamban (Sugianto & Ginting, 2020).

Selain dari Harga, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Pembelian pada konsumen pun menjadi sebuah tolak ukur untuk menentukan seberapa puaskah konsumen tersebut dalam melakukan pembelian di Restoran Dafishato Ramen Cabang Tambun tentunya mempunyai tujuan.

Tabel 1. 4 Presepsi Tentang Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	Jawaban (%)		Jumlah Responden
		Ya	Tidak	
1	Saya tertarik untuk memutuskan pembelian di Dafishato Ramen Cabang Tambun	60	40	10
2	Dafishato Ramen Cabang Tambun menyediakan produk makanan sesuai dengan menu yang dibutuhkan	30	70	10
3	Saya berminat untuk berkunjung kembali ke Dafishato Ramen Cabang Tambun	40	60	10
4	Dafishato Ramen Cabang Tambun memiliki berbagai macam varian rasa makanan yang ada pada menu sehingga saya dapat memilih salah satu makanan sesuai keinginan	70	30	10

Sumber: Hasil pra survey primer, 2023

Berdasarkan tabel 1.4 di atas yang dilakukan pada 10 responden dapat dilihat mengenai beberapa permasalahan yang dihadapi Dafishato Ramen Cabang Tambun mengenai keputusan pembelian. Bahwa di pertanyaan nomor satu bisa dilihat 60% konsumen tertarik untuk membeli di Dafishato Ramen Cabang Tambun, 70% konsumen menyatakan bahwa Dafishato Ramen Cabang Tambun menyediakan makanan yang tidak sesuai dengan menu yang di butuhkan , dalam arti konsumen ingin membeli menu tersebut tetapi yang datang menu lain yang tidak ia pesan, 60% konsumen juga menyatakan tidak berminat untuk berkunjung kembali ke dafishato ramen cabang tambun.dikarnakan beberapa hal yang kemungkinan membuat konsumen itu tidak nyaman bahwa menu yang ia pesan tidak sesuai dengan menu yang di butuhkan, dan 70% menyatakan bahwa konsumen Dafishato Ramen Cabang Tambun memiliki berbagai macam varian rasa makanan yang ada pada menu sehingga bisa dapat memilih salah satu makanan yang sesuai dengan keinginan.

Menurut Sugianto & Ginting (2020) “Pemilihan keputusan konsumen adalah cara untuk menyelesaikan masalah yang difokuskan dalam sasaran”. Semuanya tindakan yang dilakukan oleh pelanggan tentang menemukan gangguan, menemukan solusi, mengevaluasi opsi, dan kemudian memilih diantara opsi. Lalu banyak faktor dan motivasi yang mendorong manusia untuk membeli sesuatu.

Menurut Artameviah (2022) mendefinisikan keputusan sebagai pilihan antara dua pilihan keputusan atau dengan kata lain, orang-orang yang bertanggung jawab untuk membuat Keputusan harus memilih satu dari banyak pilihan. Jika seseorang menghadapi dua kemungkinan lebih tepatnya membeli atau tidak, lalu memilih untuk membeli membuat keputusan.

Upaya dilakukan perusahaan membutuhkan rencana untuk memengaruhi pasar dengan mengeksplorasi peluang bisnis yang bagus untuk membuat produk yang unggul dalam kegiatan pemasaran sehingga memungkinkan bisnis menghasilkan produk dengan kualitas yang baik lebih tinggi dan meningkat dari produk saingannya,karena itu dapat bisa menarik

pelanggan umumnya, terutama mereka yang menggunakan produk tersebut, dan tentunya dapat menarik pelanggan untuk membeli atau menggunakan produk tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah yang telah disampaikan sebelumnya dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Restoran Dafishato Ramen Cabang Tambun?
2. Bagaimana pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Restoran Dafishato Ramen Cabang Tambun

1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen Dafishato Ramen Cabang Tambun
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan konsumen Dafishato Ramen Cabang Tambun terhadap Keputusan Pembelian

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Untuk penulis sendiri bertujuan merealisasikan ilmu Manajemen Pemasaran yang di dapat di bangku kuliah
2. Secara akademis dapat memberikan gambaran kepada pembaca sebagai petunjuk untuk mempelajari ilmu Manajemen Pemasaran di Tingkat Perguruan Tinggi

1.4 Ruang Lingkup Pembatasan Masalah

Seperti yang telah diuraikan sebelumnya bahwa objek pada pembahasan studi ini mencakup membahas tentang pengaruh harga dari kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Restoran Dafishato Ramen Cabang Tambun. Uraian diatas variabel bebas (independen), yaitu harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) metode yang digunakan untuk mengungkapkan variabel termasuk melalui penyebaran kuesioner yang dikirim ke konsumen Dafishato Ramen Cabang Tambun yang berlokasi di Ruko Fontania Metland, Jalan Kebon Kelapa No 1, Tambun, Kec. Tambun Selatan. Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17510.

Agar penelitian ini lebih komprehensif maka ruang lingkup masalah dibatasi sebagai contoh berikut:

1. Penelitian ini di fokuskan kepada konsumen Dafishato Ramen Cabang Tambun yang sedang membeli dan sudah pernah melakukan pembelian sebelumnya
2. Waktu penelitian mulai dilakukan Bulan Agustus 2023, September 2023, dan penulis akan menyebarkan kuesioner untuk pelanggan yang telah membeli menu di Dafishato Ramen Cabang Tambun
3. Variabel yang diteliti adalah Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Keputusan Pembelian (Y)

1.5 Sistematika Penulisan

Metode penulisan penelitian ini terbagi menjadi lima bab yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup atau pembatasan masalah, dan sistematika penulisan. Bab ini memberikan gambaran umum permasalahan yang terjadi dan menjadi dasar penelitian ini dilakukan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab tersebut membahas teori yang membantu menjelaskan variabel pada penelitian ini, serta berisi tentang kesimpulan penelitian-penelitian terdahulu yang berhubungan dengan studi ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas metode penelitian yang digunakan, lokasi, dan waktu penelitian, populasi dan sampel, jenis sumber data, teknik atau pengumpulan data, instrumen penelitian, metode atau teknik analisis data, dan teknik pengolahan data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan hasil penelitian yang telah dilakukan. Bab ini memuat pembahasan mengenai hasil penelitian yang didapatkan terkait dengan pengaruh masing-masing variabel.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian akhir penutup yang berisi simpulan berupa jawaban atas masalah-masalah yang didefinikasi. Selain itu, pada bab ini mengajukan beberapa saran sebagai hasil pertimbangan untuk kemajuan semua pihak.