

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan dunia usaha dewasa ini ditandai dengan semakin tajamnya persaingan. Hal ini ditandai dengan munculnya perusahaan yang menawarkan jenis produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing dalam pemasaran.¹ Salah satu bidang bisnis yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis kuliner.

Pada saat ini restoran atau cafe menjadi pergeseran fungsi yang lebih sering digunakan untuk berkumpul, bersosialisasi dan bertukar pikiran. Sehingga dapat dikatakan kebiasaan makan dan minum di luar rumah telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern. Maka kondisi inilah yang menjadikan restoran semakin bertambah, dengan bermunculnya usaha kuliner yang dimulai dari skala kecil seperti warung dan cafe tenda, bisnis makanan berskala menengah seperti depot, rumah makan dan cafe, sampai dengan bisnis makanan yang berskala besar seperti restoran.²

Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis, membuat perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Sehingga perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha-usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan

¹ Alma Buchari, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung 2004, hlm. 6.

² Feby Gita Cahyani, *Pengaruh Kualias Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*, dalam Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 5, No. 3, Surabaya, STIESIA, Maret 2016, hlm. 1-2.

keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.³

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah, kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga. Untuk memenuhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu barang maka perusahaan harus memberikan produk yang menarik, kualitas layanan yang baik untuk mempertahankan konsumen serta memberikan harga yang terjangkau.⁴

Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya adalah sama, namun proses pengambilan keputusan tersebut akan diwarnai oleh ciri kepribadian, usia, pendapatan dan gaya hidupnya.⁵ Menurut Sciffman dan Kanuk mengatakan bahwa pengambilan keputusan adalah suatu proses seleksi untuk memilih di antara dua atau lebih alternatif pilihan. Tindakan memilih tersebut merupakan tindakan pengambilan keputusan yang meliputi keputusan tentang jenis dan manfaat produk, keputusan tentang jumlah produk, keputusan tentang penjualnya dan keputusan tentang waktu pembelian serta cara pembayarannya. Oleh sebab itu kesimpulan terbaik individu untuk melakukan pembelian terbentuk berdasarkan kebutuhan dan keinginannya.⁶

Kualitas produk merupakan faktor penentu kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Produk dengan kualitas prima akan lebih menarik bagi konsumen. Konsumen lebih mencari kualitas dalam membeli produk yang dibutuhkan

³ Septhani Rebeka Larosa dan Dr. Y. Sugiarto, *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*” dalam *Jurnal Manajemen*, Vol. 10, No.1, Semarang, 2012, hlm. 2.

⁴ Cristiani D. Manengal, *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Esa Genangku (ESACOM) Manado*, dalam *Jurnal EMBA*, Vol. 3, No. 3, Manado, September 2015, hlm. 1255.

⁵ Mohammad Yusuf Dana Mukti, *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian*, dalam *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi*, Vol. 2, No. 1, STIEKN, Blitar, 2015, hlm. 90.

⁶ Usman Efendi, *Psikologi Konsumen*, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2016, hlm. 248.

sehingga penting bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas yang lebih berorientasi pada keputusan pembelian.⁷

Produk bermanfaat apabila proses produksinya baik dan benar. Ada pun metode yang dapat digunakan agar proses produksi baik dan benar, akan diperjelas dengan firman Allah SWT, dalam Q.S Al An'am: 143.

نَبِّئُونِي بِعِلْمٍ إِن كُنْتُمْ صَادِقِينَ

Artinya: “Beritahukanlah kepadaku (berdasarkan pengetahuan) jika kamu memang orang-orang yang benar.” (Q.S Al An'am: 143)⁸

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang kuliner, kualitas pelayanan atau *service quality* menjadi suatu hal yang sangat penting. Kualitas layanan adalah unsur penentu dalam perusahaan untuk mempertahankan konsumen. Kualitas layanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Perusahaan yang seperti ini harus memperhatikan manfaat yang diperoleh konsumen setelah membeli atau menggunakan barang atau jasa tersebut. Variabel ini sangat penting dalam proses keputusan pembelian karena pelayanan yang memuaskan konsumen akan berdampak pada terjadinya pembelian berulang-ulang yang pada akhirnya akan meningkatkan penjualan.

Selain ditinjau dari kualitas produk dan kualitas pelayanan, faktor harga merupakan hal yang tidak kalah penting yang menjadi pertimbangan konsumen. Harga merupakan faktor penting dalam perusahaan untuk mendapatkan laba. Setiap pelaku usaha berusaha menetapkan harga yang terjangkau agar dapat lebih unggul dari pesaingnya. Banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga yang tidak cocok di pasar. Harga yang

⁷ Cristiani D. Manengal, *Op.cit.*, hlm. 1255

⁸ Departemen Agama RI, *Al quran dan Terjemahnya Juz 1 – Juz 30*, CV. Pustaka Agung Harapan, Jakarta, 2006, hlm. 197.

ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang dan jasa tersebut.⁹

Waroeng Group Wani Piro atau yang dikenal dengan Wani Piro merupakan sebuah usaha yang bergerak pada industri kuliner dan didirikan pada tahun 2013. Konsep yang diterapkan oleh warung yang berada di Jalan Museum Kretek, No. 09 (Getas Pejaten) Kudus ini adalah tradisional Jawa. Hal tersebut tampak terlihat dari eksterior bangunannya yang bernuansa etnik Jawa yaitu bangunan berbentuk rumah joglo. Di Wani Piro sendiri juga tersedia berbagai fasilitas tambahan, seperti fasilitas *wi-fi*, *meeting room*, di mana ruang tersebut tidak hanya digunakan untuk acara *meeting* saja, melainkan bisa digunakan untuk karaokean karena di sana tersedia LCD, DVD dan *Sound System*.

Hal menarik dari warung ini adalah adanya perombakan konsep dalam pengelolaan sistem dan jenis makanan yang disajikan. Semula warung ini menawarkan dua jenis sistem dalam pemesanan makanan, yaitu : *self service* (prasmanan) untuk makanan tradisional Jawa, di mana konsumen bebas mengambil berbagai jenis makanan yang tersaji lalu membayarnya atau secara *ala carte* di mana konsumen dapat memesan makanan terlebih dahulu sesuai dengan daftar menu yang ada. Namun, karena semakin menurunnya selera masyarakat terhadap makanan tradisional Jawa dan konsep prasmanan yang tidak cukup efektif karena adanya pemborosan ketika makanan yang diambil tidak dihabiskan oleh konsumen, maka Waroeng Group Wani Piro Kudus mengganti konsepnya menjadi *full ala carte* akan tetapi tetap menyediakan beberapa makanan tradisional Jawa. Di mulai dari gudeg Jogja, soto Kudus, garang asem ayam kampung, bakmi jowo hingga berbagai jenis makanan khas Jawa lainnya. Selain itu Wani Piro juga menawarkan berbagai minuman yang menjadi favorit disemua kalangan konsumen seperti beraneka ragam jus, soda, wedang kopi, wedang jahe dan sebagainya. Hal ini semakin mengukuhkan konsep tradisional Jawa yang dianut warung ini. Berikut ini

⁹ *Ibid*, hlm. 1255.

merupakan tabel 1.1 yang menggambarkan penjualan Waroeng Group Wani Piro Kudus periode Januari 2017 - Januari 2018.

Tabel 1.1
Penjualan Waroeng Group Wani Piro Kudus
Periode Januari 2017 - Januari 2018

Bulan	Penjualan	Kenaikan/ Penurunan Penjualan	Presentase
Januari	Rp 20.595.522		
Februari	Rp 22.908.750	Rp 2.313.228	11,23%
Maret	Rp 25.911.600	Rp 5.316.078	25,81%
April	Rp 30.338.650	Rp 9.743.128	47,31%
Mei	Rp 35.804.226	Rp 5.465.576	18,02%
Juni	Rp 47.071.250	Rp 11.267.024	31,47%
Juli	Rp 27.562.000	-Rp 19.509.250	-41,45%
Agustus	Rp 20.463.350	-Rp 7.098.650	-25,76%
September	Rp 17.000.550	-Rp 3.462.800	-16,92%
Oktober	Rp 19.093.051	Rp 2.092.501	12,31%
November	Rp 21.812.500	Rp 2.719.449	14,24%
Desember	Rp 26.085.750	Rp 4.273.250	19,59%
Januari	Rp 23.444.450	-Rp 2.641.300	-10,13%

Sumber : Laporan Keuangan Waroeng Group Wani Piro Kudus Januari 2017 - Januari 2018.

Berdasarkan data yang terdapat pada tabel 1.1 penjualan Wani Piro pada periode bulan Januari 2017 - Januari 2018 yaitu tidak cukup stabil atau dapat dikatakan mengalami fluktuasi setiap bulannya. Pada bulan Juli, Agustus dan September 2017 Wani Piro mengalami penurunan penjualan secara berturut-turut yaitu sebesar -41,45%, -25,76% dan -16,92%. Restoran ini mampu meningkatkan kembali penjualannya di bulan Oktober, November

dan Desember, namun pada bulan Januari tahun 2018 restoran ini mengalami penurunan kembali sebesar -10,13%.

Penurunan penjualan yang terjadi pada Wani Piro ini disebabkan karena pada tahun 2017 banyaknya usaha *food service* baru (restoran, cafe maupun rumah makan) yang bermunculan di sekitar wilayah tersebut, seperti misalnya Restoran Dapur Kemangi, Restoran Super Penyet, Cafe Chocobean dan Warung Bakso Dono Kliwir. Hal tersebut didukung dengan sebagian besar konsumen Wani Piro beralih ke produsen lain yang saat ini semakin banyak yang berkembang, sebab perusahaan sebagai industri kuliner kurang memperhatikan keinginan dan kebutuhan konsumen mengenai kualitas produk yang dihasilkan. Selain itu, penurunan penjualan yang terjadi pada Wani Piro ini juga disebabkan karena masih kurang optimalnya sistem baru yang dijalankan oleh pihak Manajemen Wani Piro. Untuk itu, pihak manajemen harus bisa mengevaluasi sistem baru yang telah ada agar restoran ini dapat meningkatkan volume penjualan dan *survive* ke depannya.

Berdasarkan pengamatan awal peneliti yang sekaligus adalah salah satu karyawan yang bekerja di Waroeng Group Wani Piro Kudus ini memperoleh informasi bahwa, konsumen merasa kualitas produk yang disediakan oleh Wani Piro masih biasa-biasa saja. Sebagian konsumen mengeluhkan rasa makanan yang disajikan oleh Wani Piro masih kurang pas dengan tampilan secara visual.

Beberapa fasilitas yang disediakan oleh Wani Piro juga masih belum berfungsi secara maksimal. Sebagian konsumen mengeluhkan fasilitas *Wi-fi* yang disediakan oleh Wani Piro sering macet dan sinyalnya terkadang lemah. Ada pula konsumen yang mengeluh karena musholla yang disediakan terlalu kecil dan sempit sehingga ketika ada acara *meeting* di warung mereka terpaksa menunda untuk beribadah.

Wani Piro berusaha untuk menetapkan harga yang terjangkau akan tetapi tetap mempertahankan kualitas produk. Namun, masih terdapat konsumen yang mengeluhkan bahwa harga yang ditawarkan masih belum sesuai dengan manfaat yang diperoleh. Selain itu, Wani Piro juga berusaha

untuk memberikan pelayanan yang baik dan prima terhadap konsumen. Beberapa konsumen mengeluhkan kecepatan pelayanan Wani Piro dalam mengantarkan makanan masih belum maksimal. Contohnya ketika ada acara *meeting* pelayanan lama dalam menyajikan makanan yang dipesan oleh konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Waroeng Group Wani Piro Kudus)

B. BATASAN MASALAH

Berdasarkan uraian yang tertulis dalam latar belakang masalah, ada beberapa indikator dari **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN”** untuk itu penulis memberikan batasan masalah yaitu:

1. Obyek penelitian yaitu di Waroeng Group Wani Piro.
2. Yang diteliti adalah pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap proses keputusan pembelian konsumen di Waroeng Group Wani Piro.

C. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas penulis berhasil mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi yang berhubungan dengan pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen di Waroeng Group Wani Piro Kudus, yaitu:

1. Apakah kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap proses keputusan pembelian konsumen di Waroeng Group Wani Piro?
2. Apakah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap proses keputusan pembelian konsumen di Waroeng Group Wani Piro?
3. Apakah harga mempunyai pengaruh terhadap proses keputusan pembelian konsumen di Waroeng Group Wani Piro?

4. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh terhadap proses keputusan pembelian konsumen di Waroeng Group Wani Piro?

D. TUJUAN PENELITIAN

Sesuai dengan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap proses keputusan pembelian konsumen di Waroeng Group Wani Piro.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap proses keputusan pembelian konsumen di Waroeng Group Wani Piro.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap proses keputusan pembelian konsumen di Waroeng Group Wani Piro.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap proses keputusan pembelian konsumen di Waroeng Group Wani Piro.

E. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat baik secara tertulis maupun praktis yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Toeritis
 - a) Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat memberikan sumbang pemikiran secara teoritik maupun konseptual dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran, yang difokuskan pada pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen Waroeng Group Wani Piro Kudus.
 - b) Hasil penelitian ini diharapkan dapat mendorong adanya penelitian dalam bidang yang sama di masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi Waroeng Group Wani Piro Kudus. Serta diharapkan penelitian ini menjadi bahan acuan bagi lembaga pemerintahan yang terkait, sehingga dapat dilakukan langkah-langkah untuk mengembangkan proses pemasaran yang lebih baik.

F. SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk memudahkan penjelasan, pemahaman dan penelaah pokok permasalahan yang akan dibahas, maka peneliti akan mendeskripsikan ke dalam bentuk kerangka skripsi. Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari tiga bagian, yaitu bagian muka, bagian isi dan bagian akhir.

1. Bagian muka

Pada bagian muka terdiri dari: halaman judul, nota persetujuan pembimbing, nota pengesahan, halaman pernyataan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan abstrak.

2. Bagian isi

Pada bagian isi terdiri dari lima bab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORETIS

Pada bab ini menjelaskan tentang deskripsi teori yang meliputi kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, keputusan pembelian, selain itu juga menjelaskan tentang hasil penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini meliputi jenis dan pendekatan penelitian, sumber

data, populasi dan sampel, tata variabel penelitian, teknik pengumpulan data, definisi operasional, uji validitas dan reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik dan analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, analisis data serta pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini meliputi kesimpulan, keterbatasan penelitian, saran dan penutup.

3. Bagian akhir

Pada bagian akhir meliputi daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan, serta lampiran-lampiran.

