

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Zaman era globalisasi ini persaingan bisnis tidak dapat terelakkan. Pemasar yang akan menjual produknya, berupa barang dan jasa harus mampu memenuhi apa yang dibutuhkan dan diinginkan para konsumennya, sehingga bisa memberikan nilai yang lebih baik daripada pesaingnya. Pemasar harus mencoba mempengaruhi konsumen dengan segala cara agar konsumen bersedia membeli produk yang ditawarkannya, bahkan yang semula tidak ingin, menjadi ingin membeli. Karena pada prinsipnya konsumen yang menolak hari ini belum tentu menolak hari berikutnya, akibatnya timbul persaingan dalam menawarkan produk-produk yang berkualitas dengan harga yang mampu bersaing di pasaran.¹

Berdasarkan tingkat kehidupan masyarakat yang semakin meningkat, maka kebutuhan masyarakat terhadap barang juga akan semakin meningkat. Hal ini membawa pengaruh terhadap perilaku mereka dalam memilih barang yang akan mereka beli ataupun yang mereka anggap paling sesuai dan benar-benar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Produk yang berkualitas dengan harga bersaing merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan, yang pada akhirnya akan dapat memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumen. Konsumen kini memiliki tuntutan nilai yang jauh lebih besar dan beragam karena dihadapkan pada berbagai pilihan berupa barang maupun jasa yang dapat mereka beli. Dalam hal ini Perusahaan yang cerdas akan

¹ Supranto dan Nandan Limakrisna, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011) 1

mencoba memahami sepenuhnya proses pengambilan keputusan konsumen, semua pengalaman mereka dalam belajar, memilih bahkan dalam menggunakan produk. Diantara proses alternatif dan pengambilan keputusan terdapat minat beli konsumen (*purchase intention*).²

Maraknya sebuah bisnis kuliner mengharuskan para pelaku bisnis membuat usahanya tampil berbeda sehingga menarik minat konsumen untuk berkunjung dan mencoba, sehingga bisnis dapat dipertahankan keberlangsungan hidupnya. Salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta apa yang diharapkan oleh konsumen. Dalam hal ini strategi–strategi sebuah pemasaran sangat berperan penting. Konsumen atau pelanggan tentu menginginkan kualitas yang terbaik dari produk atau jasa yang mereka beli. Dalam bisnis kuliner hal yang menjadi perhatian utama konsumen adalah cita rasa, kebersihan, serta cara penyajiannya dan juga pelayanan, meskipun harga, banyaknya pilihan pada menu, durasi penyajian, lokasi, kenyamanan tempat, serta perilaku dari konsumen itu sendiri juga seringkali mempengaruhi Minat beli konsumennya. Konsep produk menurut Kotler & Keller berpendapat bahwa konsumen menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, atau fitur inovatif terbaik.³

Faktor yang tidak kalah penting menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam minat beli konsumen adalah lengkapnya varian produk yang ditawarkan. Keragaman produk pada Gokil

² Philip Kotler & Lene Kevin Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo, 2008,) 234

³ Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta, Penerbit Erlangga, 2009) 19

Restaurant and D'Brew Coffe dapat dilihat dari beragamnya pilihan menu makanan dan minuman yang disajikan, mulai dari menu makanan pembuka, menu utama, dan menu makanan penutup yang lengkap ditawarkan. Tugas dari sebuah pemasaran sebenarnya bukanlah mencari pelanggan yang tepat untuk suatu produk, melainkan menemukan produk yang tepat untuk pelanggan, sehingga diharapkan dengan penyajian menu makanan dan minuman yang bervariasi akan dapat memenuhi keinginan para konsumen yang masing-masing memiliki perbedaan dalam hal selera dan kesukaan bentuk atau rasa.⁴ Berikut menu minuman dan makanan dibawah tabel sebagai berikut:

Tabel 1.1
Jenis Menu Makanan dan Minuman Di Gokil
Restaurant and D'brew coffe cabang Kudus

Menu Makanan	Menu Minuman
Sego kikir	Coffe Latte
Tengkleng	Coffe vanilla boba
Sate kambing	Red velvet latte b0ba
Salmon steak	Es kriem gelato
BBQ Chiken steak	Cinammon apple tea
Roaste lamb	Lemon tea
dan lain-lain	dan lain-lain

Salah satu variabel lain yang harus tepat dalam penawaran adalah harga. Harga dinilai sebagai faktor yang juga seringkali berpengaruh terhadap Minat beli suatu konsumen. Dalam minat beli seorang konsumen, konsumen tentu akan mencari tau mengenai harga dan membeli produk atau jasa yang harganya paling sesuai dengan manfaat yang ditawarkan produk atau jasa tersebut serta sesuai pula dengan kemampuan membelinya.

⁴ Kotler , philip , *Manajemen Pemasaran*, 20

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan, agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas (*reasonable*).⁵

Berbicara mengenai pelayanan sebagai faktor yang menjadi perhatian konsumen dalam bidang bisnis kuliner, tentu sangatlah penting bagi pihak perusahaan atau resto untuk selalu berupaya sebaik mungkin dalam meningkatkan kualitasnya. Faktor layanan telah bertumbuh pesat sebagai diferensiator dan kunci keunggulan bersaing. Bila ditinjau dari sudut pandang perusahaan, salah satu cara efektif untuk melakukan diferensiasi atau positioning unik adalah melalui perancangan dan penyampaian layanan spesifik. Hal ini berdampak pada strategi bersaing perusahaan. Begitu pula dengan bisnis pada bidang kuliner, bisnis utama restoran masa kini telah bergeser dari sekedar hanya menyediakan menu hidangan (makanan dan minuman) untuk dijual, menjadi usaha melayani dan memuaskan rasa lapar para pelanggan dengan disertai usaha menyediakan suasana yang nyaman bagi mereka dalam menyantap hidangan. Karena itu, pihak resto haruslah menawarkan sejumlah daya tarik khusus bagi para pengunjungnya, seperti hiburan musik, layanan hot spot area, informasi berita terkini, desain interior bernuansa etnik tertentu, dan sejenisnya.⁶

⁵ Fandy Tjiptono dkk, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta:CV Andi Offset,2008) 19

⁶ Wood, M. B., *Buku Panduan Perencanaan Pemasaran*,(Jakarta , indeks, 2009) 1

Faktor utama yang menjadi perhatian para konsumen adalah minat beli konsumen dalam bidang bisnis kuliner, minat beli merupakan keinginan yang muncul dalam diri konsumen terhadap suatu produk, minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran konsumen yang membentuk suatu persepsi. Minat pembelian ini menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benak para konsumen dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat. Lalu pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya Sesuai apa yang ada didalam benaknya tersebut.⁷

Dari beberapa faktor yang dijelaskan diatas, seperti keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan yang mungkin saja bisa jadi salah satu kunci suatu perusahaan itu memenangkan persaingan yang ada di dunia jual beli. Karena memenangkan persaingan dalam berbisnis itu sangat sangat diajurkan untuk memperoleh kemenangan dari pesaing lain. Dari beberapa faktor diatas pula bisa juga akan terjadi minat seseorang untuk membeli akan suatu produk yang diinginkan oleh konsumen maupun produk untuk memenuhi kebutuhan yang diperlukan. Dari kegiatan seperti inilah konsumen menentukan pilihannya terhadap produk mana yang akan di beli untuk memenuhi kebutuhan suatu konsumen. Jadi setiap perusahaan yang ingin memenangkan persaingan ini harus mempunyai cara atau strategi apa saja untuk menghadapi para pesaing yang ingin memperoleh kemenangan atau menarik minat beli para konsumen yang membutuhkan atau menggunakan produk dari suatu perusahaan tersebut.

⁷ Maria Fitriah, *Komunikasi Pemasaran melalui Desain Visual* (Yogyakarta, CV. Budi Utama, 2018) 78

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti akan mencoba meneliti lebih lanjut dalam skripsi dengan judul **“Pengaruh Keragaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat beli Konsumen di Gokil Restaurant and D’Brew Coffe cabang Kudus.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka penulis dapat menentukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Keragaman Produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Gokil Restaurant and D’Brew Coffe Cabang Kudus?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen terhadap Gokil Restaurant and D’Brew Coffe Cabang Kudus?
3. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Gokil Restaurant and D’Brew Coffe Cabang Kudus?
4. Apakah Keragaman Produk, Harga, Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Minat beli konsumen di Gokil Restaurant and D’Brew Coffe Cabang Kudus?

C. Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan Rumusan Masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk Mengetahui pengaruh Keragaman Produk terhadap minat beli konsumen di Gokil Restaurant and D’Brew Coffe Cabang Kudus?
2. Untuk Mengetahui pengaruh Harga terhadap minat beli konsumen di Gokil Restaurant and D’Brew Coffe Cabang Kudus?
3. Untuk Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan kerja terhadap minat beli konsumen di Gokil Restaurant and D’Brew Coffe Cabang Kudus?

4. Untuk Mengetahui pengaruh secara simultan terhadap Minat beli konsumen di Gokil Restaurant and D'Brew Coffe Cabang Kudus
5. antara Keragaman produk, Harga dan Kualitas pelayanan ?

D. Manfaat Penelitian

Suatu penelitian sudah semestinya mempunyai tujuan serta manfaat yang jelas. Adapun sasaran manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

- a) Bagi akademisi dapat digunakan sebagai sarana untuk menambah khasanah keilmuan khususnya terhadap penelitian mengenai Pengaruh Keragaman Produk , Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat beli Konsumen.
- b) Manfaat praktis Memberikan kontribusi terhadap peneliti lain untuk pengkajian selanjutnya, terutama dalam bidang Manajemen Bisnis.

2. Manfaat Praktis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat digunakan dalam dunia praktis sebagai bahan referensi dalam membuat kebijakan yang berkaitan dengan keragaman produk, harga dan Kualitas pelayanan untuk konsumen yang ada di Resto & Coffe Gokil, dengan berharap dapat membawa kepada pihak yang bersangkutan kearah yang lebih baik lagi dan terus berkembang dan terus maju

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tugas akhir ini disusun sebagai berikut:

1. Bagian awal

Bagian ini berisi tentang judul penelitian, lembar pengesahan, lembar persetujuan penguji, lembar keaslian karya skripsi, abstrak, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan daftar lampiran.

2. Bagian isi

Bagian ini terdiri dari lima bab:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi terdiri dari diskripsi teori, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, setting tempat penelitian, populasi dan sampel, desain dan definisi operasional variabel, uji validitas dan reliabilitas instrumen, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi tentang hasil penelitian mengenai dari gambaran gambaran objek penelitian dan analisis data serta pembahasan tentang hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi apa saja yang menjadi kesimpulan dari penelitian dan saran untuk penelitian.

Bagian akhir

Bagian akhir ini berisi tentang daftar pustaka, informasi tentang penulis, dan lampiran-lampiran.