

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perubahan teknologi dan globalisasi saat ini yang sangat berkembang pesat akan mengakibatkan manusia setiap kali akan mengalami perubahan dalam bidang politik, ekonomi, sosial budaya, dan pengaruh terhadap pola perilaku persaingan dalam bisnisnya. Setiap perusahaan pada umumnya ingin berhasil dalam menjalankan bisnisnya dalam persaingan perusahaan yang sejenis, terutama untuk persaingan restoran dan agar perusahaan dapat bertahan dalam arus bisnis serta mampu bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya. Kehadiran suatu perusahaan sejenis dalam dunia bisnis mengharapkan agar bisnisnya berjalan lancar dan maju, maksud dari berjalan lancar adalah bisnis yang terus berkembang tanpa adanya hambatan yang berarti dimana suatu perusahaan harus mengenal dan menyadari apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perusahaan juga harus mencari informasi mengenai apa yang diharapkan oleh konsumen dan manfaat apa yang diberikan kepada konsumen dari suatu produk. Sehingga produk yang dihasilkan dapat mewakili apa yang konsumen inginkan dan mampu memberikan daya tarik konsumen untuk membeli dan memberikan kepuasan bagi konsumen sehingga konsumen dapat melakukan pembelian ulang yang dapat menguntungkan perusahaan. Dalam persaingan yang

sangat tajam seperti ini, keberhasilan perusahaan banyak ditentukan oleh kegiatan perusahaan dalam memanfaatkan peluang dan mengidentifikasi kegiatan-kegiatan individu dalam usahanya mendapatkan dan menggunakan produk yang memiliki kualitas produk, *brand image* atau citra merek, harga, dan lokasi yang sangat baik menurut konsumen merupakan kunci utama dalam melakukan persaingan yang pada akhirnya akan memberikan kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumen untuk melakukan keputusan pembelian produk di restoran itu sendiri.

Produk memiliki arti penting bagi perusahaan, karena tanpa adanya produk, sebuah perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Oleh sebab itu produk yang berkualitas akan menimbulkan nilai tersendiri dimata konsumen, dimana mereka akan merasa cocok menggunakan atau menikmati akan jasa/barang itu sendiri dan dengan produk yang berkualitas konsumen akan terpenuhi keinginan dan kebutuhannya serta suatu produk yang dimana konsumen juga dapat menerima dan merasakan manfaat dari suatu produk, konsumen tersebut telah memiliki perilaku royal, rasa puas dan komitmen akan produk di restoran itu. Produk yang berkualitas pasti dirasakan oleh konsumen, dimana konsumen akan selalu mengingat produk tersebut dalam sebuah merek.

Sebuah produk pasti memiliki *brand image* atau merek yang merupakan peran penting juga dimana merek sangat berpengaruh bagi konsumen. Sebuah merek yang terkenal memiliki keistimewaan

tersendiribagi konsumen. Melihat yang terjadi sekarang ini, konsumen banyak melakukan keputusan pembelian jika produk tersebut memiliki merek yang terkenal dibandingkan dengan produk yang mempunyai merek standar. Dalam kata lain terkenal disini pasti sudah banyak konsumen yang menikmati dan merasakan akan produk di restoran tersebut dimana produk tersebut sangatlah baik dimata mereka dan akan terus menjadi perbincangan mereka jika akan memutuskan pembelian. Selain *brand image* atau merek.

Kualitas produk menjadi faktor yang menarik bagi pelanggan dalam keputusan pembelian. Jika kualitas produk berbeda jauh dengan tampilan makanan yang disajikan, pelanggan akan merasa kecewa dan tidak akan kembali lagi. Restoran tiap bulannya atau tahunnya harus mempunyai inovasi untuk mengubah kualitas produk yang akan dijual, hal ini untuk menghindari hilangnya pelanggan atau menghindari rasa bosan pelanggan dengan produk yang sama tiap tahunnya. Kualitas utama produk adalah cita rasa dan kebersihan produk itu sendiri. Pelanggan yang menyukai kualitas produk tersebut terkadang akan mempromosikan produk tersebut melalui sosial media seperti instagram atau blog. Jika banyak yang melihat perusahaan akan mendapatkan keuntungan. Dan salah satu contoh produk yang baik akan membuat konsumen tidak akan ragu untuk memutuskan membeli kembali produk tersebut dan produk yang baik memiliki kinerja yang maksimal, dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen itu sendiri. Ketika produk tersebut mampu

memenuhi hasrat konsumen, maka konsumen tidak akan ragu untuk membeli produk.

Harga merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan atau tidaknya suatu perusahaan yang pada akhirnya menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperolehnya baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Harga yang diberikan perusahaan kepada konsumen harus sesuai dengan kualitas produk yang diberikan. Maka perusahaan dalam menentukan suatu harga haruslah tepat dan sesuai dengan pangsa pasar yang ada. Ada kata-kata yang umum yang sering diucapkan oleh pembeli maupun penjual yaitu “ada harga ada kualitas” maka kiranya perusahaan harus menyesuaikan kualitas dengan harga yang akan di bayar oleh pembeli. Jika kualitas sesuai dengan harga yang diberikan perusahaan maka pembeli tidak akan ragu untuk terus membeli produk tersebut dan terkadang pembeli akan memberitahukan ke orang-orang terdekat untuk membeli produk tersebut daripada produk lain karena pembeli sudah mengetahui kualitas dan harga dari produk tersebut.

Dengan menentukan harga perusahaan dapat mempengaruhi keputusan pembelian karena keputusan pembelian akan menjadi suatu pertimbangan strategi pemasaran. Keberhasilan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian sangat didukung melalui upaya membangun komunikasi kepada konsumen dengan strategi pemasaran dan melakukan inovasi untuk varian-varian baru pada suatu produk.

Saat konsumen dihadapkan pada berbagai macam pilihan dalam memilih lokasi, konsumen akan memilih tempat yang memiliki kenyamanan yang berada di dalam lokasi makan tersebut. Oleh sebab itu kualitas produk, harga, dan lokasi menjadi faktor pendukung yang dilakukan perusahaan untuk daya tarik konsumen dalam melakukan keputusan pembelian karena kualitas produk, harga, dan lokasi akan memberikan pengaruh positif dalam pemikiran konsumen dimana kualitas produk tersebut sudah sesuai dengan harga menurut konsumen beserta tempat yang mendukung untuk melakukan pembelian.

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat dilihat bahwa ada kaitannya antara kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen yang menjadikan penulis tertarik untuk membahasnya dalam bentuk penyusunan skripsi yang berjudul: **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI RESTORAN AYAM PENYET SURABAYA”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dijelaskan di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas produk yang di hasilkan oleh Restoran Ayam Penyet Surabaya?
2. Bagaimana harga yang diberikan terhadap konsumen di Restoran Ayam Penyet Surabaya?

3. Bagaimana lokasi yang terletak di Restoran Ayam Penyet Surabaya?
4. Bagaimana keputusan pembelian di Restoran Ayam Penyet Surabaya?

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di Restoran Ayam Penyet Surabaya?
2. Apakah harga memiliki pengaruh dengan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Restoran Ayam Penyet Surabaya?
3. Apakah lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di Restoran Ayam Penyet Surabaya strategis?
4. Apakah kualitas produk, harga dan lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di Restoran Ayam Penyet Surabaya?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Restoran Ayam Penyet Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Restoran Ayam Penyet Surabaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di Restoran Ayam Penyet Surabaya.

4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Restoran Ayam Penyet Surabaya.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan dalam skripsi ini memiliki manfaat bagi penulis sendiri, serta bagi perusahaan maupun bagi pembaca. Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Manfaat teoritis

Penelitian yang dilakukan dapat menambah kekayaan ilmu pengetahuan bagi penulis mengenai pengaruh kualitas produk serta dapat secara lebih dalam lagi memahami pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di Restoran Ayam Penyet Surabaya.

2. Manfaat praktis

Penelitian yang dilakukan dapat menambah informasi bagi perusahaan mengenai kualitas produk yang dapat meningkatkan kinerja agar mencapai *profit* maksimal. Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan inspirasi dan dapat dijadikan bahan referensi untuk melakukan penelitian kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Restoran Ayam Penyet Surabaya.

F. Sistematika Penulisan

Penulisan proposal ini terbagi dalam lima bab yang disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisi Gambaran umum teori terkait variable independen dan dependen, hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan Perumusan hipotesa.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi Jenis penelitian, objek penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sample, teknik pengumpulan data, operasionalisasi variable penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi deskripsi data hasil penelitian variable independen dan dependen, analisis hasil penelitian, pengujian hipotesis, dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Berisi Kesimpulan, implikasi dan saran.