

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam keadaan perekonomian pada era globalisasi yang semakin sulit ini banyak terjadi persaingan di berbagai bidang kehidupan, termasuk didalamnya persaingan dalam dunia bisnis. Banyak perusahaan yang saling berlomba untuk mendapatkan pangsa pasar, sehingga hal ini memacu perusahaan untuk berusaha terus maju dalam memperbaiki bisnisnya. Di samping itu dengan adanya kemajuan teknologi, perusahaan dituntut pula untuk dapat mengikuti perkembangan jaman agar tidak tertinggal dengan yang perusahaan lainnya.

Selain itu, perusahaan tidak lagi mengacu kepada *profit oriented*, karena banyak dijumpai sisi kelemahan yang terdapat didalamnya jika perusahaan menggunakan falsafah *profit oriented*, salah satu kelemahannya adalah tidak terpenuhinya keputusan pembelian pelanggan, yang mana perusahaan hanya mementingkan berupa banyak laba yang akan diperolehnya. Berbeda halnya, ketika perusahaan mempunyai tujuan bahwa perusahaannya mengacu pada ketika *customer oriented*, artinya, perusahaan tersebut beranggapan bahwa pelanggan adalah segalanya. Dengan menerapkan falsafah tersebut, maka perusahaan dapat mengetahui keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Supaya perusahaan dapat mengacu pada *customer oriented*, maka perusahaan tersebut harus dapat mengantisipasi persaingan yang semakin kompetitif dengan melakukan strategi yang tepat agar tidak tersisih dalam persaingan. Tjiptono (2006), Dimana strategi pemasaran menerapkan pasar target dan bauran pemasaran atau lebih dikenal 4P (*Product, Place, Promotion*

dan *Price*) untuk barang dan ditambah 4P (*People, Process, Physical Evidence, Customer Service*) untuk jasa. Penerapan strategi pemasaran yang tepat dapat mempengaruhi para calon konsumen untuk membuat suatu keputusan pembelian. Dimana keputusan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dipengaruhi oleh akal pemikiran atas informasi pengetahuan yang didapatkan. Dimana faktor kualitas produk, harga, lokasi dan kualitas pelayanan merupakan beberapa faktor yang mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian.

Dalam penelitian ini variabel-variabel yang digunakan adalah kualitas produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), dan kualitas pelayanan (*Customer service*). Presepsi kualitas produk sendiri merupakan hal yang diperhatikan dalam pemasaran jasa karena produk berkaitan dengan upaya mengembangkan produk yang tepat untuk pasar target. Dalam menjalankan proses bisnis, produk atau jasa yang hendak dijual harus memiliki kualitas yang baik sesuai dengan harga yang diberikan. Dengan memberikan kualitas produk yang baik kepada pelanggan, suatu perusahaan dapat mempertahankan usaha bisnisnya dan mampu bersaing dengan pesaing yang lain. Oleh karena itu Perusahaan diharapkan untuk terus meningkatkan kualitas produk karena secara tidak langsung dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Selain itu harga juga variabel penting dalam pemasaran jasa. Rendah tingginya harga yang diberikan oleh pelanggan berpengaruh laku atau tidaknya suatu produk dipasarkan. Maka dari itu penetapan harga oleh perusahaan harus disesuaikan oleh lingkungan sekitar dan perkembangan persaingan usaha yang semakin ketat seiring waktu. Para pelanggan kerap rela berkorban memilih restoran yang harganya relatif mahal demi mendapatkan makanan yang kualitas

kebersihannya terjamin dan sesuai harapan pelanggan. Salah satu yang dapat dilakukan oleh para pengusaha kuliner dalam memberikan harga kepada pelanggan ialah, dengan memberikan harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan pesaing yang lain.

Faktor lokasi juga mempengaruhi seseorang untuk melakukan keputusan pembelian. Keberhasilan program pemasaran juga ditentukan oleh ketepatan dalam memilih lokasi yang strategis atau dekat dengan keramaian dan mudah dijangkau oleh calon pelanggan. Hal ini merupakan yang terpenting untuk perlu diperhatikan agar bisa menemukan produk atau jasa yang pelanggan butuhkan.

Selain itu persaingan yang diprioritaskan dalam perusahaan adalah kualitas pelayanan jasa. Kualitas pelayanan jasa merupakan salah satu dalam penentu keberhasilan sebuah perusahaan karena dengan memberikan pelayanan yang terbaik, maka akan memberikan kepuasan pada pelanggan dan diharapkan pelanggan dapat melakukan pembelian ulang atas produk maupun jasa yang di jual, hal ini akan memberikan dampak positif bagi perusahaan.

Oleh karena itu perusahaan juga harus dapat membaca ekonomi di masa mendatang karena dari tahun ke tahun penduduk perbatasan Kota Gresik dan Kota Surabaya semakin meningkat, peningkatan yang terjadi mengakibatkan meningkatnya pula kebutuhan manusia, baik kebutuhan primer, sekunder, maupun tersier. Pada kebutuhan primer, dalam hal ini makanan, masyarakat di kota-kota besar sangat konsumtif. Terkadang masyarakat modern kini malas memasak sehingga memberikan kesempatan bagi wirausaha untuk membuka usaha rumah makan dimana-mana. Peranan usaha rumah makan menjadi semakin besar. Sehingga bisnis rumah makan menjadi salah satu contoh bisnis usaha yang mempunyai prospek yang baik.

Usaha rumah makan yang ingin penulis teliti adalah Rumah Makan Lesehan Berkah Ilaahi Menganti Gresik yang terletak di Desa Hedrosari Kecamatan Menganti dimana di perbatasan kota Surabaya bagian Barat dengan Gresik bagian Timur. Hal ini dikarenakan terdapat kondisi yang berbeda dari biasanya salah satunya dengan lokasi yang kurang strategis pada Rumah Makan Lesehan Berkah Ilaahi Menganti Gresik. Rumah Makan tersebut mempunyai banyak pelanggan dari berbagai daerah tetapi akhir-akhir ini Rumah Makan Lesehan Berkah Ilaahi Menganti Gresik mengalami sedikit berkurangnya pelanggan, sehingga pendapatan mengalami penurunan. Rumah makan ini beberapa bulan mengalami penurunan pendapatan, hal ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1.1
Data Penjualan Rumah Makan Lesehan Berkah Ilaahi
Tahun 2012- 2013

No	Tahun 2012		Tahun 2013	
	Bulan	Data Penjualan	Bulan	Data Penjualan
1	Januari	Rp 103.034.000	Januari	Rp 90.659.000
2	Februari	Rp 102.325.500	Februari	Rp 87.455.000
3	Maret	Rp 91.053.500	Maret	Rp 80.550.500
4	April	Rp 104.544.000	April	Rp 77.200.000
5	Mei	Rp 97.175.750	Mei	Rp 84.450.000
6	Juni	Rp 110.202.900	Juni	Rp 115.045.400
7	Juli	Rp 144.880.000	Juli	Rp 120.550.000
8	Agustus	Rp 160.253.500	Agustus	Rp 122.232.350
9	September	Rp 123.405.900	September	Rp 103.600.900
10	Oktober	Rp 124.870.200	Oktober	Rp 120.307.000
11	November	Rp 100.698.000	November	Rp 122.040.200
12	Desember	Rp 115.200.750	Desember	Rp 135.800.000
	Jumlah	Rp 1.377.644.000	Jumlah	Rp 1.259.890.350

Sumber : Rumah Makan Lesehan Berkah Ilaahi Tahun 2012-2013

Dari Tabel 1.1 diketahui bahwa terjadi fluktuasi disetiap bulan dan terjadi penurunan pendapatan di Tahun 2012 ke Tahun 2013, Permasalahan yang menyebabkan terjadinya hal ini karena adanya situasi-situasi dimana pada

bulan-bulan tertentu terjadi pembelian yang cukup besar. Dan dimana pada bulan-bulan tertentu juga terjadi penurunan jumlah pembelian yang sangat besar. Hal ini juga dapat disebabkan karena pada akhir tahun terdapat beberapa rumah makan baru yang berada di Gresik khususnya yang terletak di Kecamatan Menganti perbatasan kota Surabaya bagian Barat dengan Gresik bagian Timur. Peneliti pun mencari tahu penyebab bekurangnya pelanggan dan penurunan pendapatan di Rumah Makan Lesehan Berkah Ilaahi Menganti Gresik.

Maka disini pihak manajemen dituntut untuk bisa memberi keyakinan kepada pelanggan setia Rumah Makan Lesehan Berkah Ilaahi agar bisa kembali melakukan pembelian di rumah makan tersebut. Oleh karena itu dengan kondisi tersebut, pemilik Rumah Makan Lesehan Berkah Ilaahi harus berusaha memberikan kembali tingkat kepercayaan dan meningkatkan volume penjualan pada rumah makan yang dimilikinya.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Lesehan Berkah Ilaahi di Menganti Gresik”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk (X1), harga (X2), lokasi (X3), dan kualitas pelayanan (X4) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Lesehan Berkah Ilaahi Menganti Gresik?

2. Apakah kualitas produk (X1), harga (X2), lokasi (X3), dan kualitas pelayanan (X4) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Lesehan Berkah Ilaahi Menganti Gresik?
3. Dari variabel kualitas produk (X1), harga (X2), lokasi (X3), dan kualitas pelayanan (X4) manakah yang paling besar berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Lesehan Berkah Ilaahi Menganti Gresik?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kualitas produk (X1), harga (X2), lokasi (X3), dan kualitas pelayanan (X4) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Lesehan Berkah Ilaahi Menganti Gresik.
2. Untuk mengetahui kualitas produk (X1), harga (X2), lokasi (X3), dan kualitas pelayanan (X4) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Lesehan Berkah Ilaahi Menganti Gresik
3. Untuk mengetahui kualitas produk (X1), harga (X2), lokasi (X3), dan kualitas pelayanan (X4) manakah yang paling besar berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Lesehan Berkah Ilaahi Menganti Gresik

1.4. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang akan dilakukan, diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang bersangkutan yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Untuk mengetahui penerapan teori yang diperoleh di bangku kuliah dengan realita yang terjadi di lapangan, mengenai masalah-masalah yang

ada dalam pemasaran khususnya tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pelanggan untuk mengambil keputusan

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi manajemen untuk menentukan langkah-langkah yang tepat dalam upaya meningkatkan volume penjualan dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan dalam melakukan pembelian.

3. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan fakta dan informasi mengenai kualitas pelayanan dan keputusan pembelian Rumah Makan Lesehan Berkah Ilaahi Menganti Gresik sehingga menambah dan memperkaya khasanah ilmu pengetahuan.