

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Masalah Penelitian

1.1.1 Latar belakang masalah penelitian

Globalisasi membawa dampak yang besar bagi perkembangan dunia bisnis. Pasar menjadi sangat luas dan peluang ada dimana-mana, namun sebaliknya persaingan menjadi semakin ketat dan sulit diprediksikan. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif bisnisnya agar mampu bersaing secara berkesinambungan.

Keputusan pembelian dipengaruhi dua faktor yaitu: faktor manusia dan faktor lingkungan. Sebagai manusia tentunya tahu akan segala kebutuhannya, baik kebutuhan primer, kebutuhan sekunder, maupun kebutuhan tersier. Dalam membeli konsumen tidak hanya dilihat dari kebutuhannya tetapi juga dari lingkungan sekitar yang mendukung daya beli manusia. Seberapa pentingnya barang tersebut dibutuhkan maka konsumen akan berupaya membelinya. Kebutuhan manusia yang tidak terbatas mendorong pasar untuk menciptakan produk-produk yang diinginkan konsumen.

Perkembangan teknologi dan industri membawa dampak kehidupan manusia terutama dunia usaha pada saat ini. Disamping itu banyaknya usaha yang bermunculan baik perusahaan kecil maupun besar berdampak pada persaingan yang ketat antara perusahaan baik yang sejenis maupun yang tidak sejenis. Oleh karena itu pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan dalam menghadapi persaingan, pengembangan usaha dan untuk mendapatkan laba, sehingga perusahaan dapat mengembangkan produknya, menetapkan harga, mengadakan promosi, dan mendistribusikan barang dengan efektif.

Kualitas pelayanan merupakan suatu ukuran perbuatan yang dilakukan untuk memberikan kepuasan. Semua orang mengharapkan mendapat pelayanan yang baik, begitu juga dengan seorang konsumen. Konsumen akan merasa puas bila ia dilayani dengan baik, ramah, cepat, dan menyenangkan. Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang tidak hanya dapat menyediakan produk atau jasa yang berkualitas. Namun, perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas pelayanannya.

Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang atau jasa yang ditawarkan akan mendapatkan tempat yang baik di mata masyarakat selaku konsumen dan calon konsumen. Dengan kualitas pelayanan yang baik, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya.

Dalam membeli konsumen tidak hanya dilihat dari kebutuhan tetapi juga dari lingkungan yang mendukung daya beli manusia. Seberapa penting barang tersebut dibutuhkan maka konsumen akan berupaya membelinya. Kebutuhan manusia yang tidak terbatas mendorong pasar untuk menciptakan produk-produk yang diinginkan konsumen. Harga merupakan aspek utama dalam pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan konsumen.

Restoran Sederhana bergerak di bidang makanan berdiri sejak Tahun 1972 yang membuahkan keyakinan bahwa dengan manajemen profesional dan modern serta penyajian yang ditunjang oleh pelayanan yang ramah akan menjadikan pelanggan yang selalu kembali. Kehadiran Restoran Sederhana kami didasari oleh pemahaman mendalam tentang kebutuhan masyarakat akan hidangan yang baik merupakan perpaduan antara resep khas yang tak henti ditingkatkan kualitasnya dan kebersihan serta nilai gizi tinggi yang senantiasa dijaga.

Dengan dilatarbelakangi hal – hal yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “ **Hubungan Antara Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga dengan Keputusan Pembelian Pada Restoran Sederhana Cabang Rawamangun**”.

1.1.2. Perumusan masalah pokok penelitian

Berdasarkan identifikasi yang telah dikemukakan diatas, maka masalah pokok penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

“Adakah Hubungan antara kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga dengan keputusan pembelian pada Restoran Sederhana Cabang Rawamangun ?”

1.1.3. Spesifikasi masalah pokok penelitian

Berdasarkan perumusan masalah pokok penelitian di atas, maka masalah – masalah penelitian dapat di spesifikasi sebagai berikut :

1. Adakah hubungan kualitas produk dengan keputusan pembelian pada Restoran Sederhana Cabang Rawamangun.
2. Adakah hubungan kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian pada Restoran Sederhana Cabang Rawamangun.
3. Adakah hubungan harga dengan keputusan pembelian pada Restoran Sederhana Cabang Rawamangun.
4. Adakah hubungan antara kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga dengan keputusan pembelian pada Restoran Sederhana Cabang Rawamangun.

1.2. Kerangka Teori

1.2.1. Identifikasi variabel – variabel penelitian

Dalam mengadakan suatu penelitian, terlebih dahulu harus diperhatikan variabel-variabel yang berhubungan dengan masalah penelitian yang akan dilakukan. Adapun kedua variabel bebas tersebut adalah: (1) kualitas produk; (2) kualitas pelayanan; dan (3) harga. Sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian. Ketiga variabel tersebut, secara berturut-turut, beri symbol: X_1, X_2, X_3 , dan Y .

1.2.2. Uraian konseptual tentang variabel

Keunggulan suatu produk tergantung pada keunikan dan kualitas yang diperlihatkan oleh produk tersebut. Kotler dan Keller (2007), mendefinisikan kualitas sebagai keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat.

Dalam Tjiptono (2005), menjelaskan bahwa kualitas merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Berdasarkan dari definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah sesuatu yang menjadi ciri khas dari sebuah produk dimana di dalamnya terdapat ciri khas yang dapat berupa keistimewaan atau keandalannya yang dapat membuat konsumen akhirnya tertarik untuk memilih produk tersebut.

Kualitas Pelayanan adalah sebagai upaya maksimal yang mampu diberikan suatu perusahaan industri jasa pelayanan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan sehingga tercapai kepuasan. Menurut (Rambat Lupiyoadi) kualitas pelayanan adalah sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh. Berhasil atau tidaknya pelayanan yang dilakukan suatu perusahaan dapat dilihat dari minat beli konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan atau disediakan. Kualitas pelayanan sangat mempengaruhi minat beli seseorang, karena jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan semakin baik maka seorang konsumen atau calon konsumen akan tertarik datang kembali untuk membeli, sehingga minat beli konsumen semakin meningkat.

Kotler dan Keller (2009), harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan ; elemen lain menghasilkan biaya. Mungkin harga adalah elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan; fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan lebih banyak waktu. Harga juga mengomunikasikan positioning nilai yang dimaksudkan dari produk dan merek perusahaan ke pasar. Produk yang dirancang

dan dipasarkan dengan baik dapat dijual dengan harga tinggi dan menghasilkan laba yang besar.

Menurut Kotler dan Keller (2007), pengambilan keputusan pembelian adalah suatu proses psikologis yang dilalui oleh konsumen atau pembeli, prosesnya yang diawali dengan tahap pembeli mengenali masalah atau kebutuhan, konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak, bagaimana konsumen mengolah informasi merek yang bersaing dan membuat penilaian akhir, dalam tahap evaluasi, para konsumen membentuk preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan, setelah pembelian, konsumen mungkin mengalami ketidaksesuaian karena memperhatikan fitur-fitur tertentu yang mengganggu atau mendengar hal – hal yang menyenangkan tentang merek lain, dan akan selalu siaga terhadap informasi yang mendukung keputusannya.

1.2.3. Hipotesis penelitian

Berdasarkan kerangka teori di atas, maka dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut : “Diduga terdapat hubungan antara kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga dengan keputusan pembelian pada Restoran Sederhana Cabang Rawamangun”.

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa erat hubungan antara kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga dengan keputusan pembelian pada Restoran Sederhana Cabang Rawamangun.

1.3.2. Kegunaan penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk meningkatkan keterampilan penulis dalam mengidentifikasi suatu masalah serta menerapkan konsep-konsep ilmu marketing.

2. Bagi pihak Restoran Sederhana Cabang Rawamangun Jakarta Timur

Sebagai sumbangsih bagi pihak Restoran Sederhana Cabang Rawamangun untuk mengetahui tanggapan dari pelanggan tentang kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga yang diberikan, sehingga dapat menerapkan strategi yang tepat untuk meningkatkan keputusan pembelian.

3. Bagi Perusahaan

Sebagai sumbangsih pemikiran bagi perusahaan untuk mengetahui tanggapan dari konsumen tentang kualitas produk dan harga Restoran Sederhana.

4. Bagi Masyarakat

Sebagai sarana untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan tentang mengenai hubungan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga dengan keputusan pembelian.