

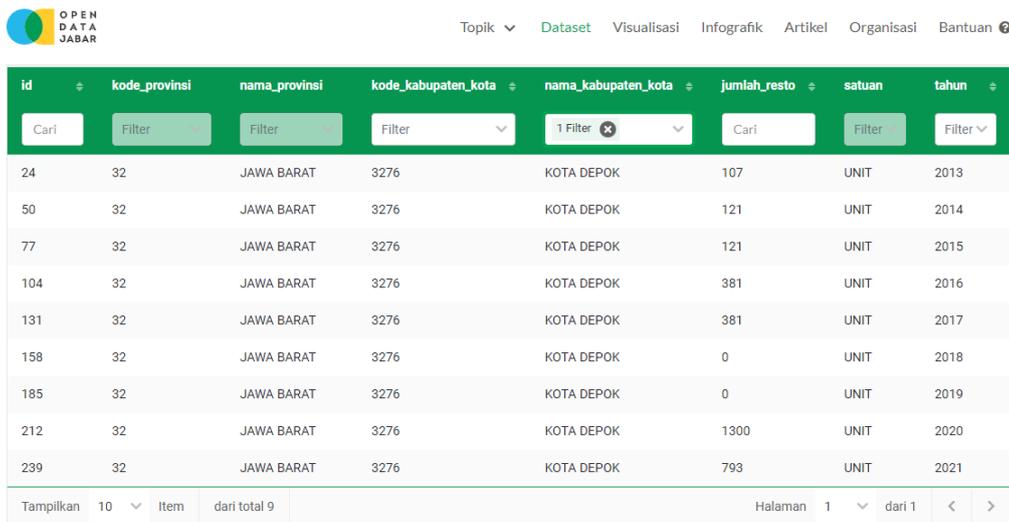
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era digitalisasi saat ini tentunya memberikan dampak yang besar bagi seluruh sektor terutama pada sektor bisnis. Dengan semakin majunya teknologi, dunia bisnis dapat berkembang dengan benar-benar pesat. Hal tersebut dapat dipandang dari meningkatnya persaingan bisnis yang semakin ketat. Salah satu bisnis yang terkena dampak tersebut yaitu bisnis pada bidang kuliner. Bisnis tersebut erat kaitannya dengan kebutuhan pokok manusia yang dimana kebutuhan tersebut menjadi hal yang mutlak untuk dipenuhi. Selaras dengan meningkatnya persaingan bisnis kuliner, konsumen juga semakin cermat dalam memilih produk yang akan dikonsumsi. Dengan begitu perusahaan harus responsif dalam mengambil keputusan yang tepat bagi usahanya. Seperti menciptakan inovasi pada produknya agar dapat mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan dalam hal ini yaitu produk makanan. Perusahaan yang menghadapi persaingan dan perkembangan dunia usaha membutuhkan berbagai inovasi dan kreasi agar produk-produknya laku di pasaran.

Gambar 1. Data Jumlah Restoran di Kota Depok



id	kode_provinsi	nama_provinsi	kode_kabupaten_kota	nama_kabupaten_kota	jumlah_resto	satuan	tahun
24	32	JAWA BARAT	3276	KOTA DEPOK	107	UNIT	2013
50	32	JAWA BARAT	3276	KOTA DEPOK	121	UNIT	2014
77	32	JAWA BARAT	3276	KOTA DEPOK	121	UNIT	2015
104	32	JAWA BARAT	3276	KOTA DEPOK	381	UNIT	2016
131	32	JAWA BARAT	3276	KOTA DEPOK	381	UNIT	2017
158	32	JAWA BARAT	3276	KOTA DEPOK	0	UNIT	2018
185	32	JAWA BARAT	3276	KOTA DEPOK	0	UNIT	2019
212	32	JAWA BARAT	3276	KOTA DEPOK	1300	UNIT	2020
239	32	JAWA BARAT	3276	KOTA DEPOK	793	UNIT	2021

(Sumber : Open data Jabar)

Berdasarkan gambar tersebut, dapat dilihat jumlah restoran di Kota Depok yang dimulai dari tahun 2013 sampai tahun 2021. Hal tersebut membuktikan bahwa bisnis kuliner mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan setiap tahunnya. Tetapi pada tahun 2020 menuju tahun 2021 mengalami penurunan yang cukup tajam yang diakibatkan adanya wabah pandemi COVID-19. Wabah tersebut mengakibatkan banyak bisnis kuliner yang mengalami kerugian sehingga pada akhirnya menutup usahanya.

Dari sekian banyaknya bisnis kuliner yang bermunculan, terdapat salah satu bisnis kuliner yang saat ini disukai dan selalu ramai dikunjungi oleh banyak kalangan yaitu Mie Gacoan. Mie Gacoan itu sendiri sudah berdiri sejak tahun 2016 di bawah naungan PT Pesta Pora Abadi. Produk utama yang ditawarkan oleh restoran tersebut adalah mie goreng, tetapi mie goreng yang ditawarkan bukanlah mie goreng yang dijual pada umumnya. Melainkan mie goreng dengan campuran potongan cabai halus sehingga menciptakan sensasi rasa pedas. Terdapat tiga jenis varian Mie Gacoan yaitu “Mie Angel, Mie Iblis, dan Mie Setan”. Konsumen dapat leluasa memilih tingkat pedas mulai dari level 1 hingga level 8, tetapi khusus untuk Mie Angel dibuat tanpa campuran cabai. Pada awalnya Mie Gacoan didirikan di Malang, Jawa Timur, namun karena perusahaan melihat antusiasme dari masyarakat yang sangat tinggi sehingga pada akhirnya memutuskan untuk melakukan ekspansi ke kota-kota besar yang berada di pulau Jawa. Pada tahun 2021, Mie Gacoan mempunyai 54 gerai di Indonesia dengan mayoritas cabang berada di Jawa Timur dan Jawa Tengah. Salah satu kota tujuan ekspansi Mie Gacoan yaitu Kota Depok. Mie Gacoan cabang Depok itu berlokasi di Jalan Margonda Raya No.23 E yang dimana merupakan pusat dari Kota Depok. Mie Gacoan cabang Depok tersebut resmi dibuka pada tanggal 24 Februari 2022, namun selang sehari setelah peresmian cabang tersebut langsung disegel oleh pemerintah Kota Depok.

Hal tersebut dikarenakan pada saat acara peresmian pembukaan Mie Gacoan cabang Depok telah memunculkan kerumunan. Dimana terjadi antrian pengunjung mengular hingga beberapa meter dari pintu masuk restoran. Dilansir dari (www.metro.tempo.co), bahwa pada saat itu terdapat lebih dari 300 pengunjung yang datang untuk membeli Mie Gacoan. Karena kondisi pada saat itu Kota Depok

masih berada pada masa Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat atau PPKM level 3. Sehingga Mie Gacoan cabang Depok harus dibekukan selama 3 hari dan dikenai denda administratif. Namun kini Mie Gacoan cabang Depok sudah kembali beroperasi secara normal.

Dalam dunia persaingan bisnis, suatu perusahaan dapat dikatakan berhasil apabila konsumen telah menentukan keputusan pembeliannya kepada perusahaan tersebut. Berikut ini merupakan penjabaran keputusan pembelian menurut ahli. Menurut (Kotler & Keller, 2016), menjabarkan keputusan pembelian merupakan komponen dari perilaku konsumen yaitu perihal individu atau kelompok dalam memilih, membeli, memakai, suatu barang atau jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Sehingga dapat dikatakan bahwa keputusan pembelian merupakan proses pengolahan dari segala informasi yang diterima konsumen akan suatu produk dan membuat kesimpulan berupa respons terhadap produk yang nantinya akan dibeli.

Untuk dapat memenangkan persaingan bisnis tersebut, terdapat beberapa aspek yang harus diberi perhatian khusus oleh perusahaan karena dapat menjadi pengaruh dalam keputusan pembelian konsumen diantaranya yaitu kualitas produk, kualitas layanan dan harga yang ditetapkan. Kualitas produk merupakan salah satu bahan pertimbangan yang penting dan perusahaan harus dapat menerapkan kualitas produk yang baik. Dengan menghasilkan sebuah kualitas produk yang baik, maka nilai dari produk juga meningkat. Penentuan suatu kualitas produk mengenai baik atau buruknya kualitas ditentukan dan dinilai oleh konsumen atas dasar persepsi konsumen. Pada dasarnya perusahaan yang bergerak pada bidang produk makanan akan berupaya untuk menciptakan produk makanan yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan serta keinginan dari konsumen. Oleh karena itu perusahaan harus dapat mengoptimalkan kualitas produknya.

Apabila suatu perusahaan dapat menghasilkan kualitas produk yang baik maka hal tersebut dapat menjadi suatu keunggulan dalam keputusan pembelian konsumen. Hal ini selaras dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Ernawati, 2019), (Angelika & Lego, 2022), dan (Boediono, Christian, & Immanuel, 2018) bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap

keputusan pembelian. Tetapi, hasil penelitian ini tidak selaras dengan riset yang dilakukan telah dilakukan oleh (Hilmawan, 2019) dan (Nadiya & Wahyuningsih, 2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Aspek berikutnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah kualitas layanan. Kualitas layanan juga dapat menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam memenangkan persaingan bisnis. Selain memberikan kualitas produk yang baik, perusahaan juga harus mampu memberikan kualitas layanan yang baik pula. Menurut (Tjiptono, 2015), kualitas layanan merupakan suatu usaha pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen secara akurat untuk mewujudkan harapan konsumen. Kemudian pendapat lain menurut (Moha dan Loindong, 2016), kualitas layanan merupakan bentuk aktifitas yang dijalankan oleh perusahaan untuk meningkatkan keunggulan suatu layanan agar dapat memenuhi keinginan dan harapan serta kepuasan pelanggan. Oleh karena itu perusahaan juga harus mengoptimalkan segi kualitas layanannya agar dapat mempertahankan konsumennya. Dengan memiliki kualitas layanan yang baik akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hal ini didukung dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Nuraini & Novitaningtyas, 2022), (Boediono, Christian, & Immanuel, 2018), dan (Salsabila & Maskur, 2022b) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun hasil penelitian tersebut berbanding terbalik dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Supriyat Dinata & Khasanah, 2022), (Nasution, Maksum, & Derriaawan, 2018), dan (Cynthia, Hermawan, & Izzudin, 2022) yang menyatakan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selain kedua aspek yang telah diuraikan sebelumnya, terdapat aspek berikutnya yaitu. Harga merupakan penentu dari berlangsungnya hidup perusahaan atau bisnis dan juga sebagai penutup biaya produksi. (Nadiya & Wahyuningsih, 2020). Seperti yang kita ketahui, harga biasanya dijadikan pertimbangan oleh konsumen dalam menentukan pilihan pembelian. Konsumen pada umumnya memiliki pandangan bahwa harga barang yang mahal memiliki kualitas bagus dan jika harga barang terlalu murah, maka konsumen akan mempertanyakan kualitas

dari produk itu sendiri (Prihartono, 2020). Berdasarkan uraian tersebut dapat dikatakan bahwa perusahaan harus mampu menetapkan standar harga yang tepat tanpa mengurangi kualitas agar konsumen merasa puas dan mendapatkan manfaat yang setimpal atas pembelian produk yang telah mereka lakukan. Selain itu penetapan harga juga harus disesuaikan dengan biaya produksi yang dikeluarkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Oleh karena itu perusahaan juga harus mengoptimalkan penetapan harga karena dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Prihartono, 2020), (Septiani & Prambudi, 2021), dan (Fernando & Aksari, 2017) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun hasil penelitian tersebut tidak sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Ariella, 2018), (Nasution et al., 2018), dan (Listighfaroh, 2020) yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Mengacu pada latar belakang, fenomena yang terjadi, dan inkonsistensi hasil riset terdahulu yang telah dilakukan oleh para peneliti, maka timbullah ketertarikan peneliti untuk melaksanakan penelitian ini. Penelitian ini merujuk pada riset terdahulu yang dilaksanakan oleh (Angelika & Lego, 2022) dengan menggunakan dua variabel independen yang sama, yaitu kualitas produk dan kualitas layanan. Adapun perbedaan dalam penelitian ini dengan mempertimbangkan saran yang dibuat dari peneliti terdahulu. Selain itu penelitian ini juga memiliki objek penelitian yang berbeda yaitu konsumen Mie Gacoan pada Kota Depok dan menambahkan variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu harga.

Berdasarkan alasan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Restoran Mie Gacoan Depok)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan, yaitu:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, penelitian ini dilakukan untuk mencapai tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan membuktikan adanya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian
2. Untuk menganalisis dan membuktikan adanya pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian
3. Untuk menganalisis dan membuktikan adanya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

1.4 Manfaat Hasil Penelitian

Manfaat yang diharapkan peneliti dengan adanya penelitian ini terbagi menjadi menjadi 2, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Adapun urainnya adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan secara teoritis dapat menjadi penambah ilmu pengetahuan baru serta wawasan guna menjadi literatur tambahan terkait dan bahan pertimbangan bagi pihak peneliti sejenis selanjutnya mengenai Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga serta Keputusan Pembelian Pelanggan.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat memberikan acuan mengenai pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga sebagai alasan yang dapat menyebabkan pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan di Mie Gacoan Depok. Sehingga perusahaan memiliki referensi dalam mengambil kebijakan dan keputusan terutama dalam mengembangkan faktor-faktor tersebut.