

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini semakin marak dalam persaingan bisnis makanan , setiap pelaku bisnis harus dapat mempertahankan kelangsungan dari bisnis yang dijalankannya. Agar dapat bertahan dan sukses dalam bisnis tersebut, suatu perusahaan harus dapat mempertimbangkan apa yang membuat konsumen menjadi tertarik untuk makan di Rumah Makan mereka. Maka banyak faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian untuk memilih suatu rumah makan, seperti kualitas pelayanan dan harganya.

Makanan adalah kebutuhan pokok setiap insan manusia. Dalam teori Hierarki kebutuhan Maslow menyebutkan bahwa makanan adalah salah satu kebutuhan fisiologis manusia (Kotler, 2009). Sebagai kebutuhan dasar, makanan menjadi sangat penting bagi manusia, dalam aspek bisnis pun makanan menjadi pilihan untuk di jadikan objek bisnis. Tidak heran banyak individu yang tertarik dan menganggap bisnis kuliner sebagai bisnis yang memiliki prospek yang baik, terbukti dari makin banyaknya rumah makan dan sentra kuliner di berbagai sudut kota. Selain sebagai kebutuhan dasar, kegiatan makan di luar rumah juga sudah menjadi gaya hidup masyarakat Indonesia.

Seiring dengan perkembangan jaman yang tidak dapat dipungkiri saat ini, telah menimbulkan banyak persaingan di dunia bisnis, termasuk bisnis makanan. Hal ini terlihat dari banyaknya tempat makan atau kafe- kafe yang bermunculan di Ternate. Meningkatnya kekuatan permintaan pesaing untuk terus berfokus pada persyaratan dan keinginan pelanggan dengan menawarkan kualitas bantuan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan pesaing.

Rumah Makan Pak RT adalah salah satu usaha yang bergerak di bidang usaha makanan, berusaha untuk menawarkan sesuatu yang diharapkan dapat menjaring konsumen lebih banyak lagi. Rumah makan Pak RT merupakan rumah makan yang menawarkan berbagai varian menu seperti menu makanan sehari-hari, dan rasa spesial pada tiap masakan

yang menjadi kegemaran konsumennya. Menu yang juga di tawarkan adalah menu masakan yang sering kita jumpai di Rumah Makan lainnya, seperti Aneka Ayam Lalapan, ayam bakar. Adapun harga makanan pada Rumah Makan Pak RT yaitu RP 18.000 sehingga dapat memenuhi kepuasan pelanggan karena selain harga yang setara pada rumah makan pada umumnya, menu yang disediakan kepada konsumen sangat memuaskan.

Harga merupakan bagian penting dalam penjualan . Harga yang terlalu mahal tidak dapat dijangkau oleh pasar sasaran, namun harga yang terlalu kecil menyulitkan perusahaan untuk menjaga pengeluaran atau menciptakan keuntungan. Untuk situasi ini, perusahaan harus siap menghadapi pesaing yang siap mempertahankan sebagian dari keseluruhan industri. Salah satu cara untuk mengatasi masalah ini adalah dengan menyediakan harga yang berbeda dari pesaing agar pelanggan tidak berpindah ke perusahaan lain. Pembelian harga yang berbeda diberikan kepada pembeli untuk menarik pembeli dan membuat pembeli lebih senang dengan barang tersebut.

Pemberian harga yang berbeda akan membuat pelanggan semakin penasaran dan lebih percaya dengan sifat barang yang dipilihnya. Harga merupakan pertimbangan penting dalam kegiatan memamerkan karena mempresentasikan dan menawarkan barang tidak terlepas dari nilai yang ditawarkan dan diberikan oleh suatu perusahaan kepada pembeli. Harga juga merupakan sumber daya yang signifikan dalam suatu perusahaan sehingga cenderung dirasakan dan berubah menjadi pilihan pelanggan dalam mengejar pilihan pembelian. Harga adalah berapa banyak uang tunai yang diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan barang tersebut.

Setiap pelaku bisnis harus memiliki karya untuk menciptakan dan menghasilkan produk yang sesuai dengan asumsi dan keinginan pelanggan, mereka harus tanggap terhadap apa yang harus dilakukan agar bisnisnya dapat menghasilkan keuntungan yang tinggi. Karena saat ini pelanggan sangat membeli dalam memilih atau melakukan pembelian untuk mengatasi masalah mereka.

Rumah Makan Pak RT adalah salah satu organisasi yang ikut serta dalam bisnis makanan, berusaha menawarkan sesuatu yang diharapkan dan dapat menarik pelanggan

tambahan. Rumah makan Pak RT adalah tempat makan yang menawarkan menu utama ayam bakar dan ayam goreng dengan nasi sepuasnya yang menjadi kegemaran konsumen dan berbagai macam varian minuman seperti jus alvokado, jus mangga, jus buah naga dan minuman lainnya.

Warung Makan Pak RT memiliki standar eksklusif, khususnya pilihan belanja yang tinggi. Pilihan beli yang tinggi akan membuat makanan yang dijual di Rumah Makan Pak RT cepat habis terjual. Dengan pilihan yang tinggi tentunya akan sangat ingin meningkatkan volume transaksi dan mencapai target transaksi, sehingga keuntungan perusahaan dapat meningkat dan bisnis nantinya dapat berjalan sesuai harapan.

Permasalahan yang melatarbelakangi kondisi ekonomi keluarga sehingga pemilik Rumah Makan Pak RT untuk membuka warung makan yang pada saat itu Rumah Makan yang berada di area Ternate sangatlah minim. Sehingga pemilik Rumah Makan memiliki ide atau gagasan untuk membuka Rumah Makan dan hanya memiliki beberapa menu, seperti ayam bakar dan nasi goreng. Menjelang beberapa bulan ternyata yang sangat laris hanyalah ayam bakar sehingga pemilik hanya memfokuskan dan menambah menu ayam goreng sesuai dengan permintaan pelanggan dan juga menerapkan makan dengan nasi yang sepuasnya. (Fitri, 2023)

Namun, untuk membuat pilihan belanja yang paling tinggi, masih terdorong oleh kualitas layanan yang kurang baik. Misalnya masih banyak keluhan pelanggan terkait dengan sifat pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan Pak RT, seperti alokasi waktu menunggu pesanan datang, cara berpakaian pekerja yang tidak rapi, dan kelezatan makanan kurang. Jika kualitas layanan yang biasa tidak sesuai dengan kenyataan, pelanggan tidak akan kembali menggunakan layanan yang disajikan oleh Rumah Makan Pak RT. Dengan asumsi bahwa hal ini terjadi, pilihan pembelian akan rendah.

Pengembangan kualitas layanan lebih lanjut diharapkan terus ditingkatkan karena pengembangan kualitas layanan lebih lanjut dapat berimplikasi pada pemenuhan konsumen, dan diyakini bahwa pelanggan akan benar-benar membeli kembali barang atau jasa yang dijual, sehingga dapat memperluas jangkauannya. banyak gaji dan atribut barang atau

administrasi. administrasi yang kapasitasnya untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau disimpulkan. Dengan kualitas pelayanan yang baik, konsumen akan mendapatkan tenaga kerja dan produk untuk mengatasi masalah mereka. Kualitas layanan yang baik sangat penting dalam bisnis, konsumen akan menyukai layanan yang diberikan sehingga pada akhirnya konsumen akan kembali dan melakukan pembelian ulang.

Biaya yang mahal juga menjadi kendala dalam upaya membuat keputusan pembelian yang tinggi. Jika harga yang ditawarkan Rumah Makan Pak RT lebih mahal dibandingkan dengan warung sejenis lainnya, maka pembeli akan mempertimbangkan kembali untuk melakukan pembelian di Rumah Makan Pak RT di Ternate yang dapat mengakibatkan Rumah Makan Pak RT kehilangan pelanggan karena beralih ke tempat makan lainnya. kontribusi lain yang sebanding dengan biaya menu makanan yang lebih murah. Jika begitu. Kemudian, pada saat itu, pilihan pembeli akan rendah.



Gambar 1.1 : Rumah Makan Pak RT di bagian luar dan dalam. (sumber dari observasi)

Strategi pengembangan dan pelaksanaan kegiatan dalam strategi pasar sasaran produk dalam tiap unit bisnis, penetapan tujuan pemasaran, dan pengembangan, pelaksanaan, serta pengelola strategi program pemasaran merupakan hal yang penting. Kegiatan pemasaran tersebut dapat dilakukan secara terarah dan sumber daya yang dimiliki perusahaan tersebut dapat digunakan secara lebih efektif dan efisien dalam rangka memberikan kepuasan konsumen.

Pearce dan Robinson (2010:3) untuk mengatasi strategi pemasaran adalah cara untuk memperoleh hasil yang diinginkan berdasarkan kondisi dan struktur yang berlaku dengan menggunakan sumberdaya terbaik dan keunggulan perusahaan dalam mencapai tujuan.

Kotler dan Keller (2009: 138-139), menjelaskan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil produk yang diperkirakan terhadap kepuasan kinerja yang diharapkan. Kepuasan konsumen ini sangat tergantung pada persepsi dan harapan konsumen itu sendiri.

Berikut adalah mini riset yang telah saya lakukan untuk mengetahui seberapa besar tingkat pelayanan dan harga di Rumah Makan Pak RT.

No.	Nama	Pertanyaan	Hasil wawancara
1.	Ipul	1. Mengapa lebih memilih Rumah makan pak RT ? 2. Bagaimana pelayanan di Rumah Makan Pak RT ? 3. Apakah harga terjangkau atau tidak ?	1. Karena pelayanan yang diberikan bagus dengan konsep nasi sepuasnya, dan harganya yang sesuai dengan para ekonomi menengah. 2. Pelayanannya bagus. Dan 3. Harga terjangkau.
2.	Fahril	1. Mengapa lebih memilih Rumah makan pak RT ? 2. Bagaimana pelayanan di Rumah Makan Pak RT ? 3. Apakah harga terjangkau atau tidak ?	1. Karena lokasi Rumah makan Pak RT berdekatan dengan tempat tinggal. 2. Pelayanan yang di berikan yaitu ramah, baik dan pelayannya bagus. 3. Harga terjangkau.
3.	Yana	1. Mengapa lebih memilih Rumah makan pak RT ? 2. Bagaimana pelayanan di Rumah Makan Pak RT ? 3. Apakah harga terjangkau atau tidak ?	1. Karena pelayanan yang ramah dan makanan tersedia dengan cepat, dan juga rasanya yang enak. 2. Pelayanan bagus. 3. Harga terjangkau.

Melalui observasi yang telah dilakukan maka, Rumah Makan Pak RT memikat perhatian pelanggan, karena pelayanan yang baik dan harga yang terjangkau.



Gambar 1.2 : saat melakukan wawancara. (sumber dari observasi)

Dari beberapa uraian diatas serta hasil observasi yang dilakukan peneliti, maka peneliti mengangkat judul penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rumah Makan Pak RT Muhajirin Kota Ternate)”**

1.2 . Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. ?
2. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ?
3. Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian?

1.3 Tujuan penelitian.

Adapun tujuan penelitian sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teori

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan perspektif baru tentang bagaimana cara meningkatkan pembelian melalui Kualitas Pelayanan dan Penetapan harga serta memberikan tambahan mengenai kualitas pelayanan dan harga yang berkaitan dengan keputusan pembelian agar dapat digunakan sebagai sumber penelitian dimasa mendatang.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat diperoleh menjadi bahan pertimbangan bagi organisasi atau perusahaan atau pedagang dalam menerapkan kualitas pelayanan dan harga yang nantinya dapat digunakan untuk dalam meningkatkan pembelian barang atau jasa.