

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

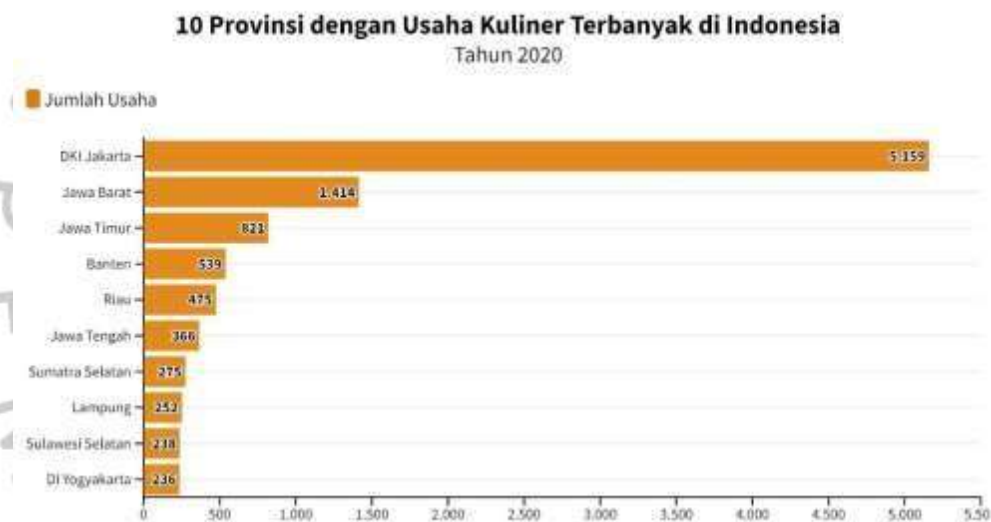
Dalam era digitalisasi yang terus berkembang dengan cepat, persaingan bisnis semakin meningkat dan menjadi lebih kompetitif. Dimana hal ini membuat para pelaku usaha dibidang kuliner untuk lebih kritis, kreatif, dan inovatif terhadap perubahan yang terjadi pengusaha pun memiliki strategi pengoperasian yang tepat jika tidak, maka bisnis kuliner justru malah menambah pengeluaran karena adanya sistem operasi yang keliru. Kuliner dikategorikan sebagai industri yang cukup berkembang karena pada dasarnya kebutuhan makanan dan minuman merupakan kebutuhan utama bagi manusia yang diimani seiring berkembangnya zaman tujuan kuliner bukan lagi sekedar untuk kebutuhan tetapi juga untuk memenuhi gaya hidup (Fianni, 2022).

Pengusaha kuliner harus menyiapkan strategi untuk hal ini membuat daya tarik konsumen dalam proses konsumsi produk dan jasa, hal ini menyebabkan mereka terkesan. Oleh karena itu diperlukan sebuah pemikiran dalam kategori bisnis kuliner tidak hanya menjual makanan dan minuman saja tetapi dengan merubah konsep menjadi modern yang menawarkan suatu pengalaman yang tak terduga seperti penataan suasana yang nyaman dan dengan memiliki desain interior yang unik dan berbagai pilihan yang tersedia fasilitas tambahan seperti hiburan *live music*, wifi serta sejenisnya menjadi daya tarik bagi konsumen yang pada akhirnya akan mempengaruhi keputusan pembelian (Eka, 2023).

Tidak dapat diungkiri salah satu tantangan yang dihadapi dalam bisnis kuliner adalah persaingan antara para pelaku usaha kuliner bertujuan untuk meningkatkan kualitas sajian kuliner agar lebih menarik, memiliki daya jual lebih besar, dan disukai konsumen perusahaan dapat menarik konsumen dengan menawarkan beberapa produk berkualitas tinggi sebagai

pilihan bagi para konsumen (Ariyanti, 2023).

Restoran ialah salah satu bisnis yang paling menguntungkan untuk dikejar karena masakan Indonesia yang beragam, perlengkapan memasak yang relatif murah, dan populasi Indonesia yang besar. Ekspansi pasar makanan dan pesatnya ekspansi industri restoran skala menengah dan besar menunjukkan popularitas industri kuliner. Pemandangan kuliner tanah air masih terus berinovasi dan variasi, bagaimana teknologi digunakan untuk menjangkau lebih banyak orang dan memberi mereka lebih banyak kesempatan untuk mencoba makanan baru (Untari et al., 2019).



Gambar 1.1 10 Provinsi dengan usaha kuliner terbanyak di Indonesia.

Tahun 2020 <https://goodstats.id/article/>

Sumber: Badan Pusat Statistik

Menurut Angelia (2022) Bisa kita lihat provinsi DKI Jakarta memiliki usaha kuliner terbanyak, menempati urutan pertama. Pemulihan yang terjadi di masa pandemi dan berlanjutnya transisi ke normal baru juga turut mendorong ekspansi sektor industri kuliner selama ini, semakin banyak inovasi dan usaha kreatif yang mengikuti tren kuliner saat ini.

Beberapa faktor sebelum mengambil keputusan kualitas produk. Menurut Baliyah Munadjat *et al.*, (2022) kualitas produk ialah pelanggan menerima produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka, di mana produk tersebut memenuhi ekspektasi dan harapan yang diinginkan oleh pelanggan. Berkualitas akan membuat konsumen menjadi tertarik untuk membeli dan membuat konsumen melakukan pembelian kembali terhadap produk tersebut. Gani & Hillebrandes Oroh (2021) kualitas produk adalah sekumpulan karakteristik produk yang berperan dalam kualitas produk selalu ditingkatkan dan diperhatikan kualitasnya dengan baik pada bisnis kita. Menurut (Mursidi *et al.*, 2020) kualitas produk merupakan suatu karakteristik yang bernilai di pasar yang dituju, di mana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan kepada pelanggan. Dalam konteks ini, perusahaan fokus pada upaya mereka untuk menghasilkan produk yang unggul dan terus melakukan peningkatan agar dapat memenuhi harapan pelanggan.

Harga dianggap sebagai keputusan pengambilan dalam memutuskan pembelian harga yang sering dipertimbangkan konsumen sebelum membeli suatu produk. Menurut Imaningsih (2018) harga ialah beberapa hal yang menjadi fokus konsumen saat membeli adalah harga, dan beberapa konsumen menganggap harga sebagai penentu nilai yang diberikan oleh produk atau layanan tersebut. Menurut Sjukun (2022) harga sangat berperan penting dalam keputusan pembelian karena penetapan harga memiliki dampak besar pada konsumen terutama pada konsumen yang sangat sensitif terhadap harga.

Gunawan (2022) Aktivitas individu dalam membuat keputusan pembelian untuk barang atau jasa yang diinginkan disebut keputusan pembelian. Menurut Mappesona *et al.*, (2020) proses di mana konsumen menyadari adanya masalah dengan suatu merek atau produk tertentu dan membuat keputusan pembelian dikenal sebagai keputusan pembelian. Urutan pilihan yang dilakukan pelanggan sebelum faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah melakukan pembelian dengan mempertimbangkan kualitas produk yang diketahui oleh konsumen. (Hanaysha, 2018)

Menurut Ariesta (2018) dikemukakan bahwa kualitas produk sangat berpengaruh penting dalam keputusan pembelian, menurut Christiani (2021) berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian. Menurut Fauzi & Ali (2021) penelitian tersebut menyimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, seperti yang disampaikan Mulyana (2021) menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Latar belakang di atas penelitian tertarik untuk melakukan penelitian dalam hal ini yang bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Mie Setan Njerit Di Jakarta Barat”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka rumusan masalah yang hendak diteliti sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mie Setan Njerit?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mie Setan Njerit?
3. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mie Setan Njerit?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Mie Setan Njerit di Jakarta Barat.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Mie Setan njerit di Jakarta Barat.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Mie Setan Njerit di Jakarta Barat.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap bahwa hasil penelitian pada kedai Mie Setan Njerit ini dapat digunakan secara praktis sebagai referensi orang lain. Diharapkan penelitian ini memberikan kontribusi dan manfaat dalam meningkatkan pemahaman dan pengetahuan tentang faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam membuat keputusan pembelian di bidang pemasaran.

2. Manfaat Praktisi

- Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi yang bermanfaat dan dapat dijadikan masukan bagi instansi. Serta informasi yang dihasilkan dapat diterapkan dalam menyusun pengaruh kualitas produk.

- Bagi Peneliti

Untuk menambah pengetahuan yang luas dalam bidang pemasaran khususnya kualitas produk dan harga selama keputusan pembelian kualitas produk