

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di era informasi yang sedang berkembang dengan cepat dan pesat, memungkinkan setiap individu atau kelompok menerima, menyerap dan mengkaji segala sesuatu yang terjadi dengan cepat yang berasal dari belahan dunia yang sangat luas. Hal ini tentu akan berpengaruh terhadap perilaku manusia yang cenderung ingin mendapatkan segalanya dengan cepat dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya dalam kapasitas memuaskan, baik dalam pemenuhan informasi, teknologi bahkan pemenuhan akan tersedianya kebutuhan hidup sehari – hari, salah satunya adalah pemenuhan akan kebutuhan makanan dan minuman.

Semakin berkembang dan bertambahnya pelaku bisnis di bidang kuliner ini, maka semakin membuat para pelakunya ditantang untuk dapat menciptakan *differensiasi* unik dan *positioning* yang jelas sehingga konsumen dapat membedakan dengan para pesaingnya. Kondisi pasar yang *kompetitif* dan dinamis akan mengakibatkan setiap perusahaan harus selalu mengamati persaingan dalam lingkungan bisnisnya. Dalam menghadapi lingkungan yang semakin kuat dan ketat, setiap perusahaan dituntut harus mampu mengoptimalkan sumber daya ekonominya guna meningkatkan daya saing produknya di pasar, serta mampu menciptakan serangkaian strategi pemasaran yang efektif dan selalu mengembangkan strategi pemasaran tersebut secara

terus menerus serta berkelanjutan. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk meraih keunggulan kompetitif terhadap para perusahaan pesaing.

Industri makanan dan minuman atau restoran merupakan salah satu bisnis yang menjanjikan. Karena pada dasarnya orang makan untuk dapat bertahan hidup sehingga hal tersebut yang bisa dikata menjadi alasan mengapa bisnis restoran menjanjikan. Pada umumnya setiap usaha bisnis didirikan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang sebanyak – banyaknya. Keuntungan yang menjadi target perusahaan tercermin dari volume penjualan yang dapat digunakan sebagai tolak ukur keberhasilan usaha pemasaran yang dilakukan perusahaan.

Belakangan ini kafe, dan restoran siap saji merupakan *trend* gaya hidup remaja dan eksekutif. Anak muda dan nongkrong adalah dua hal yang sudah melekat. Di sekolah – sekolah usai jam pelajaran, di kampus – kampus di antara jam kuliah, bahkan di kantor – kantor sepulang jam kantor, akan mudah dijumpai kelompok – kelompok remaja dan anak muda duduk – duduk di kafe dan restoran. Hobi anak – anak muda di kota – kota besar terutama di kota Jakarta yang suka nongkrong sambil makan bersama rekan – rekan mereka.

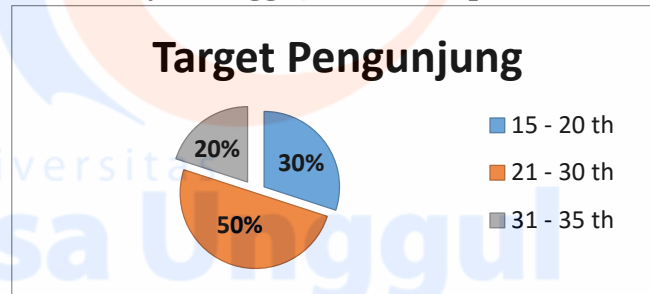
Saat seseorang memutuskan untuk membeli sesuatu, ada banyak faktor yang dapat mendorong dan menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan pembelian suatu produk antara lain dari perilaku konsumen itu sendiri, saat ini perilaku konsumen dalam membeli produk baik jasa ataupun barang selalu berubah – ubah dan lebih mengikuti

tren yang berkembang. Selain itu, dari segi kebutuhan dan keinginan, gaya hidup, saran dari orang lain, kualitas pelayanan, harga, keragaman produk dan masih banyak lagi yang menjadi faktor penentuan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

Pertimbangan seorang konsumen dalam melakukan keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh banyak faktor seperti halnya yang telah disebutkan diatas. Dan salah satu faktor yang dapat mendorong konsumen untuk memutuskan pembelian suatu produk adalah persepsi harga dan keragaman menu yang disajikan oleh kafe tersebut. Karena dari sebagian konsumen yang ingin mengunjungi suatu kafe selalu yang dilihat dari segi harga tapi tidak semua orang berperilaku yang sama, sebagian orang pun tidak melihat dari segi harganya saja namun yang mereka lihat keunikan dari menu tersebut dan rasanya. Karena setiap kafe harus mempunyai keragaman menu yang bervariasi yang dapat mengundang konsumen ingin mencobanya.

Oleh karena hal tersebut, peneliti ingin meneliti salah satu kafe yang mengusung trend anak muda jaman sekarang yaitu Warunk Upnormal. Warunk Upnormal merupakan kafe yang bertemakan anak muda. Warunk Upnormal berdiri sejak bulan Juni tahun 2014 di Bandung. Sajiannya berupa olahan mie, aneka roti bakar dan minuman susu baik dingin ataupun panas. Menu olahan mie dan roti bakar dan minuman susu sebagai hidangan yang disajikan di tempat ini.

**Gambar 1.1**  
**Pra Survey Pelanggan Warunk Upnormal**



Sumber : data diolah peneliti

Sebelum melakukan penelitian lebih lanjut, peneliti melakukan pra *survey* terhadap 100 responden untuk mengetahui faktor mana yang lebih dominan mempengaruhi keputusan pembelian seperti faktor persepsi harga, kualitas pelayanan dan keragaman produk yang di temui secara acak di wilayah Jakarta Barat, dilihat dari gambar 1.1 menunjukkan bahwa pengunjung Warunk Upnormal Grogol terbanyak di kalangan umur 21 – 30 tahun sebanyak 50%.

Pra *survey* dilakukan dengan memberikan pertanyaan kepada konsumen tentang faktor dari persepsi harga seperti kesesuaian harga produk Warunk Upnormal Grogol dengan kualitasnya, kesesuaian harga produk Warunk Upnormal Grogol dengan manfaat yang diperoleh, dan keterjangkauan harga produk Warunk Upnormal Grogol. Hasil pra *survei* menunjukkan sebanyak 75% pengunjung mengatakan harga yang diberikan oleh Warunk Upnormal Grogol, untuk beberapa menu cukup terjangkau contohnya pada menu *desert* nya walaupun harga yang diberikan mahal namun rasanya enak dan terdapat 25% pengunjung mengatakan harga yang diberikan oleh Warunk Upnormal terbilang mahal untuk beberapa menu dan

tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pengunjung. Contohnya, ukuran porsi yang disajikan pada menu indomie karena porsi yang diberikan sangat sedikit.

Pada pra *survey* kualitas pelayanan maka dapat diketahui pendapat dari konsumen Warunk Upnormal Grogol bahwa terdapat 35% konsumen mengatakan kualitas pelayanan di Warunk Upnormal Grogol cukup baik dan terdapat 65% konsumen mengatakan kualitas pelayanan di Warunk Upnormal Grogol kurang bagus dalam menjalani tugasnya, karena dari beberapa konsumen yang datang ke Warunk Upnormal Grogol kecewa dengan pelayanan yang diberikan, contohnya ada salah satu konsumen yang terkena noda dibajunya tetapi pelayanan tersebut tidak ada itikat baik untuk berminta maaf, dan ada beberapa meja yang masih kurang baik dalam kebersihannya.

Pada pra *survey* keragaman produk maka dapat diketahui pendapat dari konsumen Warunk Upnormal Grogol terdapat 75% konsumen mengatakan keragaman produk yang di sajikan di Warunk Upnormal Grogol cukup beragam, menu dan sajiannya pun sangat unik untuk sebuah kafe dan untuk rasanya cukup enak. Karena di Warunk Upnormal Grogol menyajikan beragam menu yang terbilang unik dan tidak membuat para konsumen tidak mudah bosan. Dan terdapat 25% konsumen mengatakan keragaman produk di Warunk Upnormal Grogol dalam menu makanan ringan tidak terlalu banyak.

Selain persepsi harga dan keragaman produk, kualitas pelayanan faktor yang penting bagi perusahaan untuk menciptakan kenyamanan yang baik untuk para konsumen, karena dengan adanya kualitas yang baik pada kafe

tersebut akan mendapatkan minat beli konsumen untuk datang kembali ke kafe tersebut, akan tetapi apabila pelayanan yang diberikan tidak baik konsumen pun tidak ingin datang kembali ke kafe tersebut.

Pada dasarnya Persepsi harga, keragaman produk dan kualitas pelayanan menjadi tiga variabel yang cukup penting dalam ilmu pemasaran, khususnya untuk meningkatkan keputusan pembelian. Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana pengaruh harga, keragaman produk dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen Warunk Upnormal. Berdasarkan hal tersebut dilakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Kafe Warunk Upnormal Grogol”**

## **1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Dalam penelitian ini peneliti akan mengidentifikasi beberapa masalah mengenai konsumen Warunk Upnormal Grogol :

1. Semakin banyaknya kafe sejenis yang bersaing dalam keragaman produk yang bervariasi, sehingga Warunk Upnormal Grogol harus dapat meningkatkan kualitasnya guna dapat bersaing dalam memperoleh konsumen.

2. Adanya persaingan harga pada industri kuliner di Jakarta Barat, sehingga Warunk Upnormal Grogol harus dapat meningkatkan kualitasnya guna dapat bersaing dalam memperoleh konsumen.
3. Banyaknya persaingan antar kafe dalam keputusan pembelian, terutama dalam hal kualitas pelayanan maka pihak Warunk Upnormal Grogol harus memikirkan inovasi dalam memberikan pelayanan untuk mempengaruhi keputusan pembelian supaya para konsumen Warunk Upnormal Grogol tetap di beli oleh konsumen.

### **1.2.2 Pembatasan Masalah**

Karena adanya keterbatasan peneliti dalam pengetahuan, kemampuan, waktu, pengalaman, sehingga peneliti hanya akan mengungkapkan pembatasan masalah penelitian berfokus pada antara lain :

1. Dalam penelitian ini, penulis melakukan pembatasan masalah hanya pada masalah yang berkaitan dengan persepsi harga, kualitas pelayanan, keragaman produk terhadap keputusan pembelian melalui minat beli.
2. Semua konsumen yang pernah mengunjungi Warunk Upnormal Grogol.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah dijelaskan peneliti, maka dapat dirumuskan masalahnya sebagai berikut :

1. Adakah terdapat pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Beli di Warunk Upnormal Grogol ?

2. Adakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli di Warunk Upnormal Grogol ?
3. Adakah terdapat pengaruh Keragaman Produk terhadap Minat Beli di Warunk Upnormal Grogol ?
4. Adakah terdapat pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian di Warunk Upnormal Grogol ?
5. Adakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Warunk Upnormal Grogol ?
6. Adakah terdapat pengaruh Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian di Warunk Upnormal Grogol ?
7. Adakah terdapat pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian di Warunk Upnormal Grogol ?
8. Adakah terdapat pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli di Warunk Upnormal Grogol ?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Beli di Warunk Upnormal Grogol ?
2. Untuk mengetahui adakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli di Warunk Upnormal Grogol ?



3. Untuk mengetahui adakah terdapat pengaruh Keragaman Produk terhadap Minat Beli di Warunk Upnormal Grogol ?
4. Untuk mengetahui adakah terdapat pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian di Warunk Upnormal Grogol ?
5. Untuk mengetahui adakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Warunk Upnormal Grogol ?
6. Untuk mengetahui adakah terdapat pengaruh Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian di Warunk Upnormal Grogol ?
7. Untuk mengetahui adakah terdapat pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian di Warunk Upnormal Grogol ?
8. Untuk mengetahui adakah terdapat pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli di Warunk Upnormal Grogol ?

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

1. Bagi Universitas Esa Unggul

Sebagai salah satu bahan untuk menambah referensi bacaan bagi mahasiswa Universitas Esa Unggul pada umumnya, dan bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada Khususnya.

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 pembelian.

3. Bagi penulis

Untuk menambah pengetahuan teoritis dan memperluas wawasan untuk mempelajari secara langsung dan menganalisis hubungan mengenai Pengaruh Persepsi Harga, Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Warunk Upnormal.