

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Di Era Globalisasi ini persaingan dalam dunia bisnis semakin berkembang sangat pesat, perusahaan dituntut agar bisa bersaing dengan cermat dalam melihat peluang, ancaman dan tantangan dari dalam perusahaan atau luar perusahaan. Sehingga persaingan yang semakin ketat ini bisa diatasi oleh perusahaan.

Perilaku pembelian konsumen didasari pada banyak kebutuhan yang harus terpenuhi terhadap perasaan puas yang merupakan suatu pemenuhan kebutuhan dan keinginan. Konsumen akan lebih bersikap kritis dan selektif dalam melakukan pembelian. Maka perusahaan harus memperhatikan tuntutan konsumen terhadap jenis-jenis produk atau jasa yang mendorong konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk dan jasa.

Hal ini menjadikan pertimbangan bagi setiap perusahaan khususnya dibidang industri makanan mampu berkompetisi dengan para pesaingnya dalam memenangkan kualitas produk makanan dan minumannya agar menjadi perusahaan yang memiliki keunikan tersendiri dari para pesaingnya.

Restoran Endorphin Eatery & Brew ini berlokasi di JL. Kemanggisan Raya No 99, Jakarta Barat.

Agar restoran Endorphin Eatery & Brew ini dapat bertahan ditengah persaingan ini maka dengan cara meningkatkan kualitas produknya, jadi restoran Endorphin Eatery & Brew dapat memberikan kualitas makanan dan minuman yang berbeda dari para pesaingnya, produk restoran Endorphin Eatery & Brew ini hanya ada makanan beratnya saja kekurangan restoan ini tidak memiliki menu *dessert* seperti pesaingnya, untuk minumannya restoran ini memiliki banyak farina.

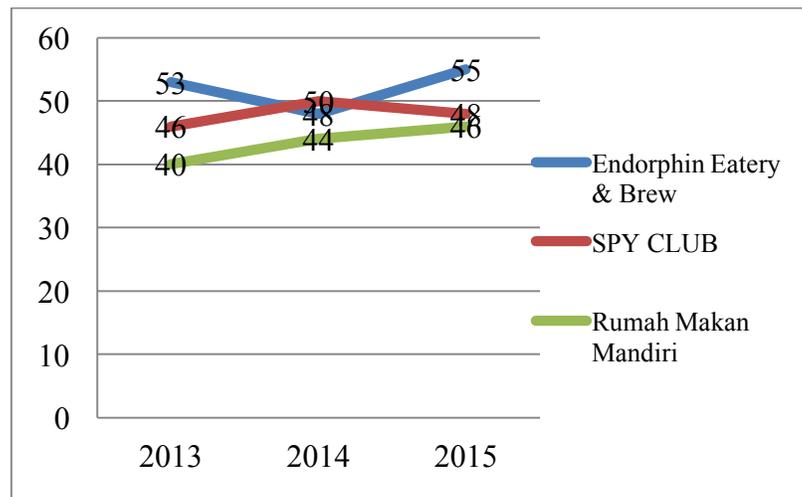
Dalam penelitian ini di adakan pra survey pada tanggal 2 Febuari 2016 kepada 20 pengunjung di restoran Endorphin Eatery & Brew untuk mengetahui beberapa keluhan dari *Word Of Mouth* yaitu Promosi yang kurang gencar atau kurang menarik di restoran ini, kurangnya rekomendasi pengunjung ke pengunjung lain untuk mengunjungi dan membeli di restoran Endorphin Eatery & Brew, promosi yang dilakukan hanya lewat media social saja dan itu pun hanya di instagram, tidak ada promosi memlalui media cetak seperti brosur atau kartu nama, tidak ada diskon pada harga menu makanan disata hari-hari penting seperti hari raya dan hari kemerdekaan Negara ini, kurangnya lahan parkir yang tersedia untuk para pengunjung. Dari data pra survey pada tanggal 2 Febuari menunjukkan bahwa kurangnya *Word Of Mouth* yang ada di restoran

Endorphin Eatery & Brew dengan adanya beberapa keluhan yang diungkapkan oleh 20 pengunjung.

Menurut survey yang di lakukan menu makanan dan minuman yang diminati oleh konsumen adalah nasi goreng salmon, tahu telur asin, *chiken cordon blue*. Untuk minumannya es campur datesai, choco delight dan *red velvet*. Ada pun yang membuat konsumen kembali lagi untuk membeli ke restoan ini karena adanya *Word Of Mouth* atau berita dari mulut ke mulut yang dapat mempengaruhi dan efektif karena konsumen cenderung lebih mudah dipengaruhi oleh teman, kerabat dekat, dan keluarga yang jauh lebih dipercaya jika dibandingkan promosi lain, yang membuat konsumen berniat membeli ke restoran ini karena rekomendasi dari pengunjung yang sudah melakukan pembelian di restoran Endorphin Eatery & Brew

Restoran Endorphin Eatery & Brew ini dijadikan objek penelitian Karena restoran Endorphin Eatery & Brew sendiri memiliki pesaing yang menjual produk yang sama yaitu SPY CLUB dan Rumah Makan Mandiri, pesaing restoran Endorphin Eatery & Brew ini juga memiliki produk yang baik untuk menjadi pesaing restoran Endorphin Eatery & Brew sendiri, tetapi penjualan restoran Endorphin Eatery & Brew ini mengalami kenaikan dan penurunan yang cukup signifikan setiap tahunnya dibandingkan para pesaingnya. Dapat dilihat tabel 1.1.

**Tabel 1.1. data pengunjung, restoran Endorphin Eatery & Brew, SPY CLUB, dan Rumah Makan Mandiri.**



Sumber: Endorphin Eatery & Brew, SPY CLUB, dan Rumah Makan Mandiri.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul penelitian mengenai **“Pengaruh *Word Of Motuh*, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Minat Beli Di Restoran Endorphin Eatery & Brew”**.

## 1.2. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka masalah yang dapat diidentifikasi penulis dan pembahasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1.2.1 Identifikasi Masalah

- a. Semakin ketatnya persaingan dalam industri bisnis makan.
- b. Pesaing menawarkan produknya lebih unik yang membuat perusahaan harus lebih kreatif lagi dalam produknya.
- c. Produknya yang tidak bervariasi khususnya dalam menu makanan
- d. Promosi yang kurang menarik
- e. Kurangnya rekomendasi dari pengunjung ke pengunjung lain

### 1.2.2 Pembatasan Masalah

Pada kesempatan ini penulis membatasi penelitian sebagai berikut:

- a. Penelitian ini hanya dibatasi pada *Word Of Mouth*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian dan Minat Beli.
- b. Penelitian ini dilakukan di restoran Endorphin Eatery & Brew.
- c. Data responden diperoleh berdasarkan atas pelanggan yang sudah pernah datang dan pernah membeli produk makanan dan minuman di restoran Endorphin Eatery & Brew.

### 1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah yang penulis lakukan, maka dapat dibuat perumusan masalah antara lain :

1. Apakah *Word Of Mouth* berpengaruh terhadap Minat Beli di restoran Endorphin Eatery & Brew ?

2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli di restoran Endorphin Eatery & Brew ?
3. Apakah *Word Of Mouth* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di restoran Endorphin Eatery & Brew ?
4. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di restoran Endorphin Eatery & Brew ?
5. Apakah Minat Beli berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di restoran Endorphin Eatery & Brew ?

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah *Word Of Mouth* berpengaruh terhadap Minat Beli di restoran Endorphin Eatery & Brew.
2. Untuk mengetahui apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli di restoran Endorphin Eatery & Brew.
3. Untuk mengetahui apakah *Word Of Mouth* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di restoran Endorphin Eatery & Brew
4. Untuk mengetahui apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di restoran Endorphin Eatery & Brew.
5. Untuk mengetahui apakah Minat Beli berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di restoran Endorphin Eatery & Brew.

### 1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini dilihat dari beberapa segi adalah :

1. Bagi perusahaan

Agar hasil penelitian ini memberikan informasi yang dapat digunakan sebagai bahan referensi dan masukan yang positif untuk mendukung upaya peningkatan dan pengembangan aktifitas usaha yang dijalankan perusahaan terkait.

2. Bagi Penulis

Untuk memperluas informasi yang berharga bagi penulis mengenai *Word Of Mouth* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi Minat Beli di restoran Endorphin Eatery & Brew.

3. Bagi Pembaca

Menambah wawasan dan pengetahuan atas ilmu pemasaran terhadap implementasinya dilapangan khususnya dalam *Word Of Mouth* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi Minat Beli.