BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Sejak dahulu makanan menempati urutan teratas dalam pemenuhan kebutuhan manusia, sehingga masalah pangan dikategorikan ke dalam kebutuhan primer atau kebutuhan pokok. Dengan alasan itu, manusia tidak dapat melepaskan kebutuhannya untuk makan. Dalam menikmati makanan itu setiap orang mempunyai cara yang berbeda untuk memenuhinya. Cara tersebut bisa dengan memilih restoran yang mahal dengan pelayanan mewah, dengan harapan bahwa konsumen akan merasa puas setelah ia mengorbankan sejumlah uang yang cukup besar di restoran yang mewah itu.

Disamping itu, ada pula yang lebih cenderung memilih restoran yang biasa tetapi memberikan kepuasan dalam rasa makanan yang disantapnya. Sebagian konsumen ada yang beranggapan daripada makan makanan yang mewah serta mahal tetapi tidak cukup lezat rasanya, lebih baik memilih restoran biasa namun menghidangkan menu yang lezat sesuai dengan selera mereka. Dan juga disesuaikan dengan kemampuan ekonomi mereka.

Perkembangan restoran di era globaliasasi ini telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang. Melihat kondisi tersebut menyebabkan pebisnis restoran semakin dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat dalam memenuhi target penjualan. Mengingat perkembangan teknologi yang makin dinamis, manusia dituntut dengan cepat dan tepat untuk bertindak agar

tidak kalah bersaing. Dalam meningkatkan persaingan masing-masing restoran harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan produk yang terbaik yang berbeda dengan restoran lainnya dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah, serta dengan harga yang terjangkau dan lokasi yeng strategis akan menjadi daya tarik dari konsumen untuk melakukan pembelian di restoran tersebut.

Faktor yang menjadi pertimbangan utama pelanggan dalam memilih restoran dan rumah makan tersebut adalah tidak lepas dari bauran pemasaran yaitu salah satunya harga dan lokasi atau tempat yang ditawarkan. Produk mencerminkan persepsi konsumen terhadap kualitas yang diberikan, harga mencerminkan nilai dari sutau produk terhadap kualitasnya dan lokasi mencerminkan tempat yang strategis agar konsumen tertarik mendatangi restoran tersebut.

Kota Bandung sebagai salah satu tujuan wisata san pendidikan tidak luput dari perhatian produsen restoran untuk memasarkan produknya. Salah satu unsur manajemen strategis adalah pemasaran strategis. Konsep pemasaran strategis perusahaan pada pelaksanaan akan menghasilkan program yang lazim yaitu bauran pemasaran.

Bauran pemasaran yang dilakukan jasa pemasaran umumnya relatif sama sehingga perusahaan membuat suatu cirri khas agar terlihat berbeda dengan pesaingnya. Ciri khas tersebut dinyatakan dalam bentuk produk,harga,tempat dan promosi namun yang menjadi strategi dari restoran ini adalah dalam bauran harga

dan lokasi yang akan diteleti karena secara langsung dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian barang atau jasa yang ditawarkan.

Sebelum membuat keputusan membeli konsumen mempertimbangkan banyak faktor, salah satunya adalah harga. Howkins best dan Coney (2001:21) dalam mendefenisikan harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar untuk mendapatkan hal menggunakan suatu produk.

Selain faktor harga, faktor lain yang perlu diperhatikan adalah Lokasi, tempat yang strategis atau dekat dengan konsumen akan memudahkan konsumen mendatangi tempat dimana mereka bisa menemukan barang atau jasa yang konsumen butuhkan

Restoran Pecel Lele Lela tepatnya di Jl. Dipati Ukur No.248 Bandung. Kalau selama ini kita menemukan lele yang disajikan dengan hanya digoreng dan kemudian dinikamati bersama sambel terasi atau sambel lainnya, maka di Pecel Lele Lela anda akan menemukan olahan lain dari lele, menu lele yang ditawarkan cukup beragam di antaranya ada Lele Original, Lele Goreng Tepung, Lele Saus Padang, Lele Fillet Goreng Tepung, Lele Lada Hitam, dan Lele Filet Kuah Tom Yum.

Lokasi Restoran Pecel Lele Lela berada dikeramaian kota Bandung yang berdekatan dengan wisata kuliner lainnya selain itu juga restoran Pecel Lele Lela di apit oleh tiga kampus yaitu UNPAD, ITHB dan UNIKOM selain itu berada dipinggir jalan dan aksesnya terlewati oleh 24 jam sehingga memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian.

Berikut ini tabel survei awal yang dilakukan penulis,setelah bertanya kepada 30 konsumen yang mengunjungi Restoran Pecel Lele Lela Jl. Dipati Ukur No. 248 Bandung.

Tabel 1.1
Survei Awal

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Setuju	Kurang Setuju
1	Harga Pecel Lele di restoran Murah	10	20
3	Restoran memberikan potongan harga terhadap produknya	12	18
4	Harga produk sebanding dengan kualitasnya	11	19
5	Harga Pecel Lele memiliki harga gengsi	14	16
6	Restoran memiliki alur lalu lintas yang baik	13	17
7	Restoran memiliki tempat parkir yang memadai	8	22
8	Restoran memiliki tempat yang strategis	18	12

Sumber: Diolah dari Hasil Penelitian

Dari tabel survei awal diatas menunjukan konsumen yang kurang puas terhadap harga dan lokasi yang diberikan Restoran Pecel Lele Lela, serta harga yang diberikan masih kurang dengan kuliatasnya terlihat dari tabel bahwa cendung kurang setuju dan harga yang diberikan terlalu mahal. Ditambah keberadaan lokasi konsumen lebih cendrung kurang setuju dalam tempat parkir yang kurang memadai. Hal ini memperlihatkan bagaimana tanggapan konsumen mengenai harga dan lokasi yang diberikan perusahaan, juga seberapa besar minat beli konsumen atau masyarakat yang melakukan pembelian di Restoran Pecel Lele Lela Jl. Dipati Ukur No. 248 Bandung.

Berdasarkan hasil wawancara dengan owner yang penulis dapat bahwa Restoran Pecel Lele Lela mengalami penurunan jumlah pembelian pada Bulan Maret. Data tersebut dapat dilihat dari jumlah pembelian pada tabel berikut:

Tabel 1.2

Konsumen Yang Melakukan Pembelian di Reostaran Pecel Lele Lela

Pada Bulan Maret 2012

Minggu	Jumlah
1	**238**
2	**273**
3	**252**
4	**217**
Jumlah	**980**

Sumber: Data dari penelitian Restoran Pecel Lele Lela (2012)

Berdasarkan tabel di atas konsumen yang melakukan pembelian di restoran pecel lele lela pada bulan maret mengalami penurunan terlihat pada minggu ke-4 berjumlah 217 konsumen bila dibandingkan dengan mnggu sebelumnya berjumlah 252 konsumen yang membeli pecel lele lela,Permasalahan yang terjadi berdasarkan data di atas adalah adanya fenomena penurunan jumlah konsumen dari minggu ke minggu selama satu bulan terakhir atau berkurangnnya jumlah konsumen yang melakukan pembelian di Restoran Pecel Lele lela. Dari fenomena yang berasal dari survey diatas,dapat diduga bahwa: harga Pecel Lele mahal bila dibandingkan dengan harga Pecel Lele yang berada dipinggir jalan maka konsumen tidak akan balik lagi makan direstoran tersebut.

Terjadinya penurunan jumlah konsumen tersebut disebabkan oleh beberapa faktor yang dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian kembali atau bahkan tidak melakukan pembelian lagi.proses pembelian seperti ini dikaitkan pada suatu bisnis bidang makanan sekarang yang semakin kuat sehingga banyak perusahaan dibidang makanan berlomba untuk meningkatkan mutu kualitas yang semakin baik.

Hal tersebut didasarkan pada pemasaran yang dilakukan oleh pengelola.pemasaran yang tepat dapat meningkatkan jumlah pembelian pada pembeli oleh konsumen sedangkan pemasaran yang tidak tepat dapat menurunkan minat pembelian pada pembeli.Maka setiap pengusaha perlu untuk mengkaji dan mempelajari bagaimana proses pembelian tersebut dilakukan karena proses pembelian tidak dimulai pada saat tindakan pembelian dilakukan.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Penetapan Harga dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen di Restoran Pecel Lele Lela Jl. Dipati Ukur No.248 Bandung".**

1.2. Identifikasi Dan Rumusan Masalah

Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian yang terdapat pada latar belakang penelitian. Serta untuk memberi batasan terhadap permasalahan yang akan dibahas, maka identifikasi masalah yang ditetapkan sebagai berikut :

Banyak konsumen yang merasa Restoran Pecel Lele Lela Jl. Dipati Ukur

No.248 Bandung masih kurang setrategis dalam tempat parkir dan dalam memberikan harga yang cukup mahal karena belum sebanding dengan rasanya maka perlu diperhatikan oleh perusahaan agar menjadi daya tarik minat beli konsumen untuk melakukan pembelian menu pece lele tersebut.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana tanggapan konsumen tentang Pengaruh Penetapan Harga Restoran Pecel Lele Lela Jl. Dipati Ukur No.248 Bandung.
2. Bagaimana tanggapan konsumen tentang Lokasi Restoran Pecel Lele Lela Jl. Dipati Ukur No.248 Bandung.
3. Bagaimana Minat Beli Konsumen di Restoran Pecel Lele Lela Jl. Dipati Ukur No.248 Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh Penetapan Harga dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen di Restoran Pecel Lele Lela Jl. Dipati Ukur No.248 Bandung.

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data sebagai sumber informasi untuk diolah dan dianalisis, untuk mengetahui pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari peneliti ini adalah untuk :

1. Bagaimana tanggapan konsumen tentang Pengaruh Penetapan Harga Restoran Pecel Lele Lela Jl. Dipati Ukur No.248 Bandung.

2. Bagaimana tanggapan konsumen tentang Lokasi Restoran Pecel Lele Lela Jl. Dipati Ukur No.248 Bandung.
3. Untuk mengetahui Minat Beli Konsumen di Restoran Pecel Lele Lela Jl. Dipati Ukur No.248 Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh Penetapan Harga dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen di Restoran Pecel Lele Lela Jl. Dipati Ukur No.248 Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian itu nantinya diharapkan bisa bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang berhubungan dengan topik yang penulis angkat, dan diharapkan bisa menjadi referensi untuk menghasilkan data yang lebih sempurna lagi. Penelitian ini diharapkan mempunyai kegunaan sebagai berikut :

a. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi perusahaan

   Diharapkan dapat menyumbangkan gagasan pemikiran kepada perusahaan dalam menganalisis kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan.

2. Bagi pihak terkait

   Diharapkan dapat berguna untuk menambah pengetahuan dan bahan pertimbangan lainnya yang mungkin digunakan untuk penelitian lebih lanjut khususnya tentang pengaruh harga dan lokasi untuk meningkatkan minat beli konsumen.

3. Bagi peneliti lain

   Penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu referensi dan perbandingan untuk peneliti lainnya.

b. Kegunaan Akademik

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan penulis sendiri untuk menambah wawasan serta memperluas pengetahuan yang ada terutama mengenai pengaruh harga dan lokasi terhadap minat beli konsumen di restoran pecel lele lela jln dipati ukur no 248 bandung.

1. Bagi penulis

   Bagi penulis kegunaan penelitian ini adalah sebagai sarana penambah wawasan ilmu pengatahuan dibidang menajemen pemasaran dan sebagai bahan pembanding antara teori yang pernah diperoleh selama mengikuti perkuliahan dengan di lapangan.

2. Bagi peneliti lain

   Penelitian ini dapat menambah ilmu dan wawasan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian mengenai pengaruh persepsi harga dan lokasi terhadap minat beli konsumen.

3. Pengembangan ilmu manajemen

   Bagi pengembangan ilmu manajemen kegunaan penelitian ini adalah sebagai wahana pembelajaran terutama bagi para mahasiswa sebagai dasar pembanding dalam rangka melakukan penelitian lebih lanjut pada bidang ini, serta bagi pihak yang memerlukan referensi yang

terkait dengan isi penelitian ini, baik itu sebagai bahan bacaan atau sebagai literatur.

1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dimana penulis memperoleh serta mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan yaitu Restoran Pecel Lele Lela Jl. Dipati Ukur No.248 Bandung.

Tabel 1.3

Waktu Penelitian

No	Jadwal / Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul																				
2	Pencarian Data																				
3	Pengolahan Data																				
4	Penulisan laporan																				
5	Sidang UP																				
6	Revisi																				
7	Melanjutan Penulisan Laporan																				
8	Sidang Akhir																				