

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara penuh dengan keberagaman seperti keberagaman budaya, agama, suku, bahasa, dan adat istiadat. Keberagaman tersebut merupakan salah satu kekayaan Indonesia dan menjadi ciri yang membedakannya dengan negara lain. Keberagaman tersebut juga memunculkan variasi lain seperti variasi kuliner yang berbeda-beda dari setiap daerah, dan terus berkembang seiring berjalannya waktu.

Badan usaha kuliner ini telah mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir dan memiliki kapasitas yang luar biasa untuk terus tumbuh. kuliner salah satu bisnis yang menghasilkan keuntungan jutaan hingga ratusan juta rupiah setiap bulannya (Tumpuan, 2020:01). Beberapa kuliner sudah menjadi makanan khas daerah yang selalu dicari oleh wisatawan yang berkunjung ke daerah tersebut. Misalkan daerah Padang memiliki rendang, Palembang memiliki pempek, Yogyakarta memiliki gudek dan masih banyak lagi makanan yang menjadi identitas suatu daerah.

Indonesia telah dikenal sebagai negara dengan kuliner dengan peringkat tertinggi di Asia Tenggara. Menurut Flavor Atlas 2023, “5 dari 10 hidangan yang diindeks berasal dari Indonesia. Nasi Padang berada di peringkat 1 dengan peringkat hampir tertinggi yaitu 4,9 dari 5. Selain Nasi Padang, Soto berada di peringkat 2, Siomay berada di peringkat 7 setelah hidangan khas Vietnam Banh Mi,

Pempek berada di peringkat 9, dan Nasi Uduk berada di peringkat 10” (Nada Naurah, 2023).

Gambar 1. 1Hidangan dengan Rating Terbaik di Asia Tenggara



Sumber: GoodStats (2023)

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik pada Juni 2022, “Indonesia memiliki 11.223 kelompok usaha kuliner pada tahun 2020. Sebanyak 8.042 kelompok (71,65%) di antaranya merupakan rumah makan atau rumah makan, 269 kelompok (2,40%) merupakan usaha katering, dan sisanya 2.912 kelompok (25,95%) masuk dalam kategori khusus”.

DKI Jakarta menempati peringkat pertama sebagai provinsi dengan jenis usaha kuliner terbanyak di Indonesia, yakni sebanyak 5.159 usaha pada tahun 2020. Jawa Barat menyusul di peringkat kedua dengan 1.414 usaha, sedangkan Jawa Timur di peringkat ketiga dengan 821 kelompok usaha kuliner. Banten di peringkat keempat dengan 539 usaha, diikuti Riau di peringkat kelima dengan 475 usaha kuliner. Provinsi lain yang masuk dalam 10 besar pada tahun 2020 termasuk Jawa yang cukup besar, Sumatera Selatan, Lampung, Sulawesi Selatan, dan daerah unik Yogyakarta (Diva Anggelia, 2022).

Gambar 1. 2 Provinsi dengan Usaha Kuliner Terbanyak di Indonesia



Sumber: *Usaha kuliner di Indonesia dalam bingkai statistik (Goodstas,22)*

Wisata kuliner banyak diminati dari berbagai kalangan, mulai dari anak-anak, remaja, dewasa, hingga lansia. Wisata kuliner ini berupa usaha atau bisnis makanan kuliner, seperti rumah makan, restoran, tenda pinggir jalan, gerobak keliling yang menjual makanan dan minuman. Sektor pariwisata dapat dibentuk sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan pendapatan masyarakat (Ramadhan & Ernaya, 2023:228).

Restoran adalah bisnis makanan dan minuman yang menguntungkan yang utamanya menjual berbagai makanan dan minuman konsumen (Ananda et al., 2023:1157).

Salah satu dari sekian banyak restoran yang ikut bersaing, Restoran padang selalu menjadi perbincangan masyarakat karena memiliki ciri khas dengan masakan yang lezat, bumbu rempah yang kuat dan harga yang terjangkau. Tak heran jika banyak rumah makan atau restoran padang yang dapat kita temukan dimana saja, diantaranya adalah Restoran Sederhana Pasteur dimana restoran ini menawarkan berbagai macam masakan padang dengan cita rasa khas daerah Padang. Banyak

cabang restoran yang menandakan banyaknya minat dari makanan dan minuman yang di sediakan restoran tersebut, namun banyak faktor yang masih banyak kemungkinan faktor-faktor yang membuat konsumen berhenti membeli produk di restoran. Oleh karena itu, sebagai pemilik bisnis, perlu memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen.

Restoran Sederhana adalah restoran terkenal yang berfokus pada masakan Padang. Restoran ini berdiri pada tahun 1972, awalnya sebagai restoran kecil milik Bustaman di Pasar Bendungan Hilir, Jakarta. Saat ini, Restoran Sederhana telah berkembang pesat hingga lebih dari 100 cabang di berbagai kota di Indonesia dan Malaysia, menjadikannya jaringan restoran Padang terbesar di Indonesia (David Wadie Fisher Freberg, 2024).

Restoran Sederhana di Kota Bandung hingga kini berdiri dari 8 (delapan) cabang bertempat di Pasteur, Soekarnohatta, Kopo, R.E.Martadinata, Supratman, Lembang, Pelajar Pejuang dan Setiabudi. Di antara cabang ke delapan tersebut, Restoran Sederhana Pasteur sendiri berdiri pada tahun 2005, Restoran Sederhana Pasteur yang menjadi cabang yang paling banyak di minati pelanggan. Restoran Sederhana juga memiliki berbagai macam menu yang di jual, mulai dari Rendang, Ayam Pop, Dendeng, Ayam Balado, Sate Padang, kepala Ikan Kakap, Gulai Nangka dan yang lainnya masih banyak lagi.

Dalam konteks bisnis kuliner, khususnya restoran, keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor. Dua faktor yang sering menjadi faktor utama yaitu kelengkapan produk dan harga. Seberapa bervariasi dan lengkapnya menu yang di tawarkan oleh sebuah restoran. Sementara harga, merupakan faktor

yang menentukan nilai tukar antara kualitas dan kuantitas makanan yang diterima dengan uang yang di bayarkan oleh konsumen. harga telah menjadi investasi bagi pelanggan, karena sebagian besar pelanggan memilih untuk membeli produk dengan harga yang lebih rendah sambil tetap memperhatikan rasa yang luar biasa.

Terkait dengan keinginan melakukan penelitian di restoran padang sederhana cabang pasteur, tabel berikut memeperlihatkan data kunjungan konsumen ke restoran padang sederhana pasteur :

Tabel 1. 1 Jumlah kunjungan di Restoran Sederhana Pasteur

Bulan	Jumlah Pengunjung
Januari	3.924
Februari	3.347
Maret	2.759
April	6.482
Mei	5.166
Rata Rata	4.336

Sumber : Restoran Sederhana Pasteur

Berdasarkan uraian data diatas terdapat gambaran menarik, dimana dapat di lihat data pengunjung di restoran sederhana pasteur bervariasi terlihat dari naik turunnya pengunjung misalnya pada bulan maret saat bulan Suci Ramadhan yang dapat di maklumi mengalami penurunan. Sementara pada bulan lainnya pengunjung mulai bergerak naik gambaran ini cukup menarik mengingat restoran

sederhana pasteur merupakan salah satu francise kuliner untuk jenis restoran padang sehingga segmennya adalah penyuka kuliner khas padang.

Keunikan restoran padang adalah banyaknya variasi berbagai jenis makanan termasuk kombinasinya. Selain itu restoran sederhana menggunakan pangsa pasar menengah ke atas , sehingga pengunjung yang datang biasanya penyuka atau pelanggan masakan padang. Dalam ini kelengkapan produk atau jenis variasi makanan patut di perhitungkan demikian pula harga makanannya sehingga konsumen akan merasa puas dan mengambil keputusan untuk membeli di Restoran Sederhana Pasteur.

Menurut Peter dalam (Amanah & Layla, 2019:4), menambahkan “proses pengambilan keputusan pembelian melibatkan integrasi data untuk menilai atau meningkatkan perilaku alternatif dan memutuskan salah satunya”. Proses ini melibatkan evaluasi berbagai faktor, seperti manfaat, biaya, dan preferensi pribadi, untuk menentukan pilihan terbaik. Lebih lanjut, keputusan pembelian konsumen bukan hanya tentang memilih produk tertentu, tetapi juga tentang bagaimana konsumen memproses informasi dan menimbang berbagai opsi yang tersedia. Konsumen sering kali mempertimbangkan berbagai aspek, termasuk kualitas produk, harga, merek, dan ulasan dari pengguna lain sebelum membuat keputusan akhir.

Untuk menggali permasalahan yang ada terkait variabel penelitian telah dilakukan observasi awal terhadap 20 pelanggan konsumen restoran sederhana pasteur dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 1. 2 Hasil Observasi Awal Variabel Keputusan Pembelian

No	Pertanyaan	Jawaban Responden					Total
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	
1	Kualitas Produk sangat baik dibandingkan dengan Restoran lainnya sehingga saya membeli produk Restoran Sederhana Pasteur	3	9	8	0	0	20
2	Harga yang di berikan sangat terjangkau, sehingga saya membeli produk Restoran Sederhana Pasteur	0	3	13	4	0	20
3	Saya membeli produk karna Restoran Sederhana Pasteur memiliki berbagai macam menu yang di tawarkan	2	13	5	0	0	20
4	Saya membeli produk Restoran Sederhana Pasteur karena di rekomendasikan orang lain	2	10	4	4	0	20
Total		7	35	30	8	0	80
Skor Aktual Terbobot		35	140	90	16	0	281
Skor Ideal							400
Rasio Skor Aktual/Ideal							70,25%

Sumber: Peneliti (2024)

Dari hasil observasi awal variabel keputusan pembelian diatas, capaian pelanggan restoran sederhana pasteur dalam menyetujui keputusan pembelian hanya mencapai 70,25% sehingga masih ada gap bernilai 29,75% dari skor ideal keputusan pembelian. Ini terlihat salah satunya dari pernyataan skor tidak setuju yang masih ada, yaitu 8 responden dengan bobot 2 atau skor aktual 16 yang

menjawab *tidak setuju* dengan pertanyaan tersebut, berarti masih banyak kemungkinan pelanggan Restoran sederhana pasteur yang merasa belum terpenuhi keinginannya, seperti ketidak sesuaiannya harga dan kelengkapan produk yang di tawarkan oleh Restoran sederhana Pasteur.

Dalam upaya menarik dan mempertahankan konsumen guna usaha dalam menciptakan keputusan pembelian para konsumen, perusahaan diuntut dapat memahami apa saja keinginan konsumen juga mengetahui perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dan minat beli. Setiap pengusaha berupaya memberikan berbagai rangsangan agar menarik minat beli konsumen salah satunya dengan memperhatikan keinginan konsumen dengan menyediakan berbagai macam menu pilihan. Semakin lengkapnya produk yang di tawarkan semakin ingin konsumen untuk berkunjung dan membeli.

Dari penjabaran diatas keputusan pembelian akan meningkat jika konsumen terpenuhi keinginannya seperti produk yang di tawarkan oleh restoran sangat lengkap dan bervariasi, oleh karena itu untuk menggali permasalahan yang ada terkait variabel penelitian telah dilakukan observasi awal terhadap 20 pelanggan konsumen restoran sederhana pasteur terhadap variabel kelengkapan produk dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 1. 3 Hasil Observasi Awal Variabel Kelengkapan Produk

No	Pertanyaan	Jawaban Responden					Jumlah
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	
1	Restoran Sederhana Pasteur memiliki berbagai macam menu makanan dan minuman	5	11	2	2	0	20
2	Menu yang di tawarkan Restoran Sederhana Pasteur selalu tersedia	3	8	8	1	0	20
3	Kualitas produk yang di tawarkan Restoran Sederhana Pasteur sudah sesuai dengan yang inginkan	3	9	6	2	0	20
Total		11	28	16	5	0	60
Skor Aktual Terbobot		55	112	48	10	0	225
Skor Ideal							300
Rasio Skor Aktual/Ideal							75%

Sumber: Peneliti (2024)

Dari hasil observasi awal variabel kelengkapan produk diatas, capaian pelanggan restoran sederhana pasteur dalam menyetujui kelengkapan produk hanya mencapai 75% sehingga masih ada gap bernilai 25% dari skor ideal kelengkapan produk. Ini terlihat dari pernyataan skor tidak setuju yang masih ada, yaitu 5 responden dengan bobot 2 atau skor aktual 10 yang menjawab *tidak setuju* dengan pertanyaan tersebut, berarti masih banyak pelanggan Restoran sederhana pasteur yang merasa belum terpenuhi keinginannya, sehingga ini cukup menarik untuk di jadikan masalah penelitian.

Ini berkaitan pada penelitian (Susanti et al., 2021:146) di mana, “uji hipotesis (uji-t) menemukan kelengkapan produk memiliki pengaruh yang sangat besar dan besar terhadap pilihan pembelian”.

Kelengkapan produk merupakan konsep penting dalam pemasaran dan periklanan yang terbagi atas berbagai macam barang dagangan yang disediakan bagi klien, yang menarik minat, kepemilikan, penggunaan, atau konsumsi mereka untuk memenuhi kebutuhan dan tujuan mereka (Kurniawan et al., 2020:147). Kelengkapan produk di Restoran menjadi daya tarik tersendiri untuk konsumen. Restoran yang mampu menyediakan berbagai macam hidangan masakan khas Padang seperti Rendang, ayam pop, kepala ikan kakap, atau sambal balado lebih banyak di minati karena memberikan banyak pilihan kepada konsumen. Kelengkapan produk dapat mencerminkan kemampuan restoran dalam memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen yang beragam. Ini pada gilirannya memiliki kemampuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan memberikan dampak pada pilihan mereka untuk melakukan pembelian di tempat makan.

Sementara itu, harga menjadi salah satu faktor lain yang mempengaruhi pilihan pembelian, Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Kurniawan et al., 2020:147), “harga merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk mendapatkan keuntungan, kepemilikan, atau penggunaan suatu produk atau jasa”. Harga yang di tawarkan di restoran padang sederhana dikaitkan dengan kualitas produknya karena restoran ini menjadikan patokan kualitas bahan baku yang berkualitas.

Untuk menggali permasalahan yang ada terkait variabel penelitian telah dilakukan observasi awal terhadap 20 pelanggan konsumen restoran sederhana pasteur terhadap variabel harga dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 1. 4 Hasil Observasi Awal Variabel Harga

No	Pertanyaan	Jawaban Responden					Jumlah
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	
1	Harga yang di berikan Restoran sederhana Pasteur lebih murah dari restoran masakan padang lainnya	0	3	13	4	0	20
2	Harga yang di berikan Restoran Sederhana Pasteur terlalu mahal	0	5	14	1	0	20
3	Harga yang di berikan sudah sesuai dengan yang saya inginkan	0	5	11	4	0	20
Total		0	13	38	9	0	60
Skor Aktual Terbobot		0	52	114	18	0	184
Skor Ideal							300
Rasio Skor Aktual/Ideal							61,33%

Sumber: Peneliti (2024)

Dari hasil observasi awal variabel harga diatas, capaian pelanggan restoran sederhana pasteur dalam menyetujui harga hanya mencapai 61,33% sehingga masih ada gap bernilai 38,67% dari skor ideal harga. Ini terlihat dari pernyataan skor tidak setuju yang masih ada, yaitu 9 responden dengan bobot 2 atau skor aktual 18 yang menjawab *tidak setuju* dengan pertanyaan tersebut, berarti masih banyak pelanggan Restoran sederhana pasteur yang merasa belum terpenuhi keinginannya, dan hal tersebut sangat harus di perhatikan karena harga yang di tetapkan sangat menyumbang dampak pada keputusan pelanggan untuk membeli produk tersebut.

Ini searah dengan penelitian yang dilakukan (Nurfauzi et al., 2023:187)

Uji hipotesis menunjukan terdapat pengaruh positif signifikan harga terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang, hasil penelitian pra survey, dan penelitian sebelumnya sebagai awal landasan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang di tuangkan dalam sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Kelengkapan Prodak dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Sederhana Pasteur”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Pada latar belakang sebelumnya, telah ditemukan beberapa permasalahan mengenai dampak kelengkapan produk dan harga terhadap pilihan pembelian di Restoran Sederhana Pasteur. Permasalahan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah:

- a. Terdapat kecenderungan penurunan pada jumlah transaksi pembelian konsumen Restoran Sederhana Pasteur.
- b. Sebagian besar responden dalam survei pendahuluan tentang keputusan pembelian, sebagian besar responden menyatakan ketidakpuasan dalam membeli produk di Restoran Sederhana Pasteur.
- c. Sebagian besar responden pada prasurvey Kelengkapan Produk menyatakan variasi menu yang di tawarkan tidak lengkap dan tidak sesuai dengan yang di tawarkan.
- d. Sebagian besar responden pada prasurvey Harga menyatakan harga yang di berikan restoran terlalu mahal dan harga yang di tawarkan hanya untuk segmen tertentu.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang ada diatas, maka perlu dibuat suatu ruang lingkup penelitian. Penelitian ini dibatasi pada:

1. Variabel *Independen* dalam penelitian ini adalah Kelengkapan Produk dan Harga
2. Variabel *Dependen* dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian
3. Unit Analisis dalam penelitian ini adalah konsumen Restoran Sederhana Pasteur.
4. Waktu penelitian ini adalah dari bulan April – September 2024

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan dan ruang lingkup penelitian yang telah diidentifikasi, rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kondisi kelengkapan produk, harga dan keputusan pembelian di Restoran Sederhana Pasteur.
2. Seberapa besar pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian di Restoran Sederhana Pasteur.
3. Seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Restoran Sederhana Pasteur.
4. Seberapa besar pengaruh kelengkapan produk dan harga terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Sederhana Pasteur.

1.5 Maksud dan Tujuan

1.5.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini ialah mengumpulkan data, meneliti, dan menjelaskan dampak ketersediaan dan harga produk terhadap keputusan pembelian, sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

1.5.2 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengamati, menjelaskan, dan mengkaji:

1. Kondisi Kelengkapan Produk, Harga dan keputusan pembelian di Restoran Sederhana Pasteur.
2. Pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Sederhana Pasteur.
3. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Sederhana Pasteur.
4. Pengaruh Kelengkapan Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Sederhana Pasteur.

1.6 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini berupaya dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis.

1.6.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini setidaknya dapat dijadikan referensi untuk peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian terkait variabel kelengkapan produk, harga dan variabel keputusan pembelian.

1.6.2 Kegunaan Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dimaksudkan dalam dapat memberikan manfaat bagi peneliti dalam rangka memperluas wawasan dan pengetahuan dalam manajemen pemasaran, terkhusus mengenai pengaruh kelengkapan produk dan harga terhadap pilihan pembelian.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini di harapkan dapat di jadikan sebagai masukan secara ilmiah untuk dijadikan bahan pertimbangan untuk memajukan perusahaan dilihat dari ruang lingkup manajemen pemasaran.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan pada Restoran Sederhana Pasteur yang beralamat di Jl. Dr. Djunjunan No.120, Kecamatan Sukagalih, Kabupaten Sukajadi, Kota Bandung.

1.7.2 Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian akan dilakukan yaitu terhitung dari bulan April 2024 sampai dengan September 2024.

Tabel 1. 5 Waktu Penelitian

URAIAN KEGIATAN	JADWAL KEGIATAN PENELITIAN				
	APR	MEI	SEP	AGU	FEB
Pengajuan Judul					
Bimbingan UP					
Sidang UP					
Bimbingan Sidang					
Sidang Akhir					

