

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis pada saat ini semakin bertambah dan ketat persaingannya, terutama dalam bisnis dunia kuliner. Hal ini juga diperkuat dengan fenomena-fenomena munculnya berbagai macam restoran salah satunya di kota Bandung dalam beberapa tahun secara signifikan. Restoran di kota Bandung menjadi salah satu tempat yang semakin diminati oleh masyarakat sebagai alternatif untuk menikmati berbagai jenis kuliner. Dalam beberapa tahun terakhir, tren makan di luar rumah mengalami peningkatan signifikan, seiring dengan berkembangnya gaya hidup modern dan meningkatnya minat masyarakat terhadap pengalaman kuliner yang unik. Fenomena ini mendorong banyak pelaku usaha di bidang makanan dan minuman untuk menciptakan konsep restoran yang menarik, baik dari segi menu, suasana, maupun pelayanan, guna menarik minat konsumen dan mempertahankan pelanggan.

Perkembangan teknologi menjadi salah satu hal yang berpengaruh besar terhadap dunia bisnis kuliner, apalagi perubahan gaya hidup yang selalu mengikuti perkembangan jaman. Namun ada banyak cara yang dapat dilakukan agar konsumen akan tetap membeli produk yang kita miliki, antara lain dengan meningkatkan kualitas produk dan menstabilkan harga agar dapat dibeli konsumen. Adanya persaingan akan mendorong para pelaku bisnis untuk memikirkan bagaimana bisnis kuliner memenangkan pasar dan dapat bersaing.

Tentunya para pelaku bisnis harus terus berinovasi dan melakukan pengamatan terhadap apa yang diminati para konsumen agar tidak tertinggal trend dan tetap akan meningkatkan penjualan.

Kota Bandung dikenal sebagai salah satu kota dengan perkembangan industri kreatif yang pesat, termasuk dalamnya industri kuliner yang terus mengalami pertumbuhan. Berbagai jenis makanan dan konsep restoran bermunculan salah satunya adalah Roemah Kentang 1908. Hal ini menunjukkan bahwa Masyarakat Bandung memiliki banyak pilihan kuliner. Namun, di sisi lain, kondisi ini juga mencerminkan tingkat persaingan yang sangat tinggi di antara para pelaku bisnis kuliner. Tentunya para pelaku bisnis harus terus berinovasi dan melakukan pengamatan terhadap apa yang diminati para konsumen agar konsumen dapat mengambil keputusan pembelian terhadap produk apa yang akan dibeli untuk meningkatkan penjualan.

Keputusan pembelian adalah suatu proses psikologis dan perilaku di mana konsumen memutuskan untuk membeli atau tidak membeli suatu produk atau jasa setelah melalui tahap pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan, dan perilaku pasca pembelian. Keputusan pembelian merupakan aspek krusial dalam dunia bisnis, menjadi elemen kunci yang sangat memengaruhi keberhasilan perusahaan. Pemahaman mendalam tentang proses ini penting untuk memastikan perusahaan dapat menyesuaikan strategi dengan kebutuhan dan preferensi konsumen secara tepat.

Konsumen cenderung mempertimbangkan berbagai faktor sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa (Kotler & Keller, 2016). Salah satu aspek kompetisi yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah perbedaan harga yang ditawarkan oleh masing-masing pelaku usaha. Roemah Kentang dan Ambrogio merupakan dua restoran yang menyajikan menu modern dan menargetkan pasar yang serupa. Meskipun begitu, Roemah Kentang menetapkan harga yang lebih tinggi dibandingkan Ambrogio. Persaingan bisnis kuliner dengan konsep serupa menyebabkan penurunan jumlah konsumen Roemah Kentang 1908 Bandung.



Sumber: Data Roemah Kentang 1908 (2025)

Gambar 1.1

Grafik Jumlah Konsumen Roemah Kentang 1908

Berdasarkan Gambar 1.1 diatas dapat dilihat bahwa terjadi kenaikan dan penurunan setiap bulannya di Roemah Kentang 1908. Pada bulan April terjadi penurunan pengunjung karena memasuki hari raya idul fitri dimana masyarakat lebih memilih menghabiskan waktu bersama keluarga dirumah dan bulan Mei dikarenakan Setelah masa libur Lebaran berakhir, Roemah Kentang mengalami

penurunan jumlah pengunjung yang cukup signifikan. kunjungan menurun karena masyarakat, terutama orang tua, lebih fokus pada rutinitas harian dan mendampingi anak-anak belajar. Penurunan pengunjung sebanyak 40-50% mengindikasikan bahwa keputusan pembelian di restoran Roemah Kentang 1908 masih rendah. Untuk mengetahui penyebab dari terjadinya kenaikan dan penurunan ini peneliti melakukan Pra Survey dengan menyebarkan kuesioner kepada 35 orang konsumen Roemah Kentang 1908. Berikut merupakan jawaban yang diperoleh dari 35 orang konsumen Roemah Kentang 1908.

Tabel 1.1
Hasil Pra Survey Keputusan Pembelian di Roemah Kentang 1908

Hasil Pra Survey Kepuasan Pembelian di Roemah Kentang 1908					
NO	Pernyataan	Jawaban Responden			
		YA		TIDAK	
		F	%	F	%
1	Memutuskan membeli di Roemah Kentang 1908 karena rekomendasi orang lain?	15	43	20	57
2	Suasana dan konsep restoran memengaruhi keputusan Anda membeli di Roemah Kentang 1908?	22	63	13	37
3	Merasa puas setelah melakukan pembelian di Roemah Kentang 1908?	12	34	23	66
4	Berencana untuk membeli lagi di Roemah Kentang 1908 dalam waktu dekat?	7	20	28	80
RATA-RATA		40%		60%	
Jumlah Responden = 35					

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Tabel 1.1 Menunjukkan bahwa sebanyak 28 responden menjawab tidak pada pernyataan “Berencana untuk membeli lagi di Roemah Kentang 1908 dalam waktu dekat” hal ini menunjukkan adanya permasalahan terhadap keputusan pembelian Roemah Kentang. hasil pra-survei secara keseluruhan, diperoleh

ratarata bahwa 40% responden menyatakan “YA” , sedangkan 60% lainnya menyatakan “TIDAK”. Hal ini dapat menjadi indikasi bahwa keputusan pembelian di Roemah Kentang 1908 belum optimal dan perlu adanya perbaikan, khususnya dalam aspek kualitas produk.

Kualitas produk merupakan salah satu komponen utama dalam strategi penempatan produk di pasar. Kualitas tersebut secara langsung memengaruhi performa produk atau layanan yang diberikan. Dengan demikian, kualitas memiliki kaitan yang erat dengan persepsi nilai serta tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen Kotler dan Armstrong (2018) dalam (Firmansyah, 2019, p. 15).

Tim Marketing restoran mengatakan adanya ketidak sesuaian antara kualitas produk yang dijanjikan dengan pengalaman nyata yang dirasakan oleh pelanggan. Harapan konsumen yang tinggi tidak terpenuhi, sehingga menimbulkan kekecewaan. Kekecewaan ini kemudian diekspresikan melalui ulasan negatif di berbagai *platform digital*, seperti *Google Review*, yang mencerminkan adanya ketidakseimbangan antara persepsi nilai produk dan harga yang ditetapkan. Berikut ini merupakan beberapa tanggapan konsumen terkait penilaian terhadap kualitas produk di Roemah Kentang 1908.



Sumber: Roemah Kentang 1908 (2025)

Gambar 1.2

Ulasan Kualita Produk di Roemah Kentang 1908



★★★★★ sebulan lalu

Buka puasa bareng kantor, menu d kasih h-1. Makanan datang hampir jam 7 malem. Udah laper banget karena puasa eh pas datang steaknya dingin. Tolong ditingkatkan lagi pelayanannya terutama saat bulan puasa.

Sumber: Roemah Kentang 1908 (2025)

Gambar 1.3

Ulasan Kualita Produk di Roemah Kentang 1908



★★★★★ 2 bulan lalu

Makan di tempat | Makan siang | Rp 75.000–100.000

Ini matcha apaan ya ampun, matcha rasanya seuprit banget. Yang kerasa cuma es krim doang. Bisa diliat lah dari tampilan, baru kali ini pesan matcha warna hijau muda. Mana mahal lagi.

Makanan rasanya juga biasa banget, menang di tampilan doang. Walaupun porsinya besar, tapi rasanya kurang mah tetep aja pada ga habis, sayang banget. Padahal harganya termasuk mahal tapi kurang memuaskan.

Sumber: Roemah Kentang 1908 (2025)

Gambar 1.4

Ulasan Kualitas Produk di Roemah Kentang 1908

Untuk mendukung data tersebut maka dilakukan pra survey mengenai

Kualitas Produk:

Tabel 1.2
Hasil Pra Survey Kualitas Produk di Roemah Kentang 1908

NO	Pernyataan	Jawaban Responden			
		YA		TIDAK	
		F	%	F	%
1	Merasa puas dengan rasa makanan di Roemah Kentang 1908?	12	34	23	66
2	Roemah kentang 1908 mampu memberikan menu makanan & minuman dengan cita rasa yang tinggi atau enak	11	31	24	69
3	Pernah merekomendasikan Roemah Kentang 1908 kepada orang lain karena kualitas makanannya?	12	35	22	65
RATA-RATA		33%		67%	
Jumlah Responden = 35					

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa sebanyak 24 responden menjawab tidak pada pernyataan “Roemah kentang 1908 mampu memberikan menu makanan & minuman dengan cita rasa yang tinggi atau enak” hal ini menunjukkan adanya permasalahan terhadap kualitas produk yang ditawarkan. Secara keseluruhan, hasil pra-survei menunjukkan bahwa rata-rata hanya 33% responden menyatakan “YA”, sedangkan 67% menyatakan “TIDAK”. Temuan ini menjadi indikasi kuat bahwa kualitas produk di Roemah Kentang 1908 belum optimal, terutama dalam kaitannya dengan keputusan pembelian.

Harga adalah sejumlah uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan atas barang atau jasa yang ditawarkan, serta sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Gerung et al., 2017). harga memainkan peran krusial dalam proses pengambilan keputusan konsumen. Pada umumnya, konsumen berupaya memperoleh nilai optimal dari produk atau layanan

yang mereka pilih, yakni kualitas yang baik dengan harga yang wajar. Jika harga dinilai terlalu tinggi, konsumen cenderung beralih ke pilihan lain. Sebaliknya, harga yang terlalu rendah bisa menimbulkan keraguan terhadap mutu produk atau jasa tersebut. Oleh karena itu, penetapan harga menjadi aspek yang semakin strategis, sebab setiap keputusan harga yang diambil perusahaan akan memengaruhi tingkat permintaan pasar terhadap produk yang ditawarkan.

Di antara para pelaku bisnis kuliner. Salah satu aspek kompetisi yang paling tampak adalah perbedaan harga yang ditawarkan oleh masing-masing pelaku usaha. Roemah Kentang dan Ambrogio merupakan dua restoran yang menyajikan menu modern dan menargetkan pasar yang serupa. Meskipun begitu, Roemah Kentang menetapkan harga yang lebih tinggi dibandingkan Ambrogio. Berikut perbandingan harga Roemah Kentang 1908 dan Ambrogio.

Tabel 1.3
Perbandingan Harga di Roemah Kentang dan Ambrogio

NO	MENU ROEMAH KENTANG	HARGA	MENU AMBROGIO	HARGA
1	<i>MUSHROOM CREAMY SOUP</i>	58.000	<i>MUSHROOM SOUP</i>	35.000
2	<i>CRISPY CHICKEN BURGER</i>	75.000	<i>CRISPYCHICKEN BURGER</i>	55.000
3	SOUP BUNTUT ROEMAH KENTANG	145.000	SOP BUNTUT	98.000
4	BEBEK POTONG HALILINTAR	95.000	NASI BEBEK GORENG	75.000
5	KWETIAU GORENG ROEKEN	68.000	CHAR KWAY TEOW	50.000

Sumber : Roemah Kentang 1908 & Ambrogio

Berikut beberapa ulasan konsumen mengenai penilaian harga produk di Roemah Kentang.



Sumber: Ulasan Roemah Kentang 1908 (2025)

Gambar 1.5

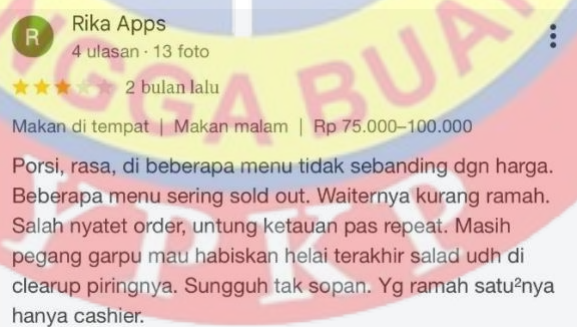
Ulasan Harga Produk di Roemah Kentang 1908



Sumber: Ulasan Roemah Kentang 1908 (2025)

Gambar 1.6

Ulasan Harga Produk di Roemah Kentang 1908



Sumber: Ulasan Roemah Kentang 1908 (2025)

Gambar 1.7

Ulasan Harga Produk di Roemah Kentang 1908

Untuk mendukung data tersebut maka dilakukan pra survey mengenai

Harga:

Tabel 1.4
Hasil Pra Survey Harga di Roemah Kentang 1908

NO	Pernyataan	Jawaban Responden			
		YA		TIDAK	
		F	%	F	%
1	Harga makanan di Roemah Kentang 1908 tergolong terjangkau?	15	43	20	57
2	Harga di Roemah Kentang 1908 sesuai dengan kualitas yang didapat?	15	43	20	57
3	Harga yang ditawarkan produk "roemah kentang 1908" lebih murah dari produk Restoran lain ?	9	26	26	74
	RATA-RATA	37%		63%	
	Jumlah Responden = 35				

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Tabel 1.4 menunjukkan bahwa sebanyak 26 responden menjawab “TIDAK” pada pernyataan “Harga yang ditawarkan produk "roemah kentang 1908" lebih murah dari produk Restoran lain ?” hal ini menunjukkan adanya permasalahan terhadap harga yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil pra-survei secara keseluruhan, rata-rata hanya 37% responden menyatakan “YA”, sementara 63% menyatakan tidak. Hal ini menjadi indikasi bahwa aspek harga masih belum optimal dan berpotensi memengaruhi keputusan pembelian konsumen di Roemah Kentang 1908.

Pada penelitian sebelumnya Marissa Grace Haque (2020) Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Berlian Multitama di Jakarta, yang menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga

berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara simultan maupun parsial. Sedangkan pada penelitian Cyrilla Wilda Rizani , Hichmaed Tachta Hinggo dan Hammam (2022) Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Harga Dan Garansi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware Di Pekanbaru yang menunjukkan bahwa kualitas produk,promosi dan garansi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan pada latar belakang dan hasil pra-survey diatas terdapat permasalahan di Roemah Kentang 1908 mengenai sejauh mana pengaruh kualitas produk dan Harga terhadap keputusan pembelian di roemah kentang 1908. Maka dari hal tersebut peneliti mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Roemah Kentang 1908”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut sehingga peneliti melakukan identifikasi masalah, Adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Rendahnya keputusan pembelian di Roemah Kentang 1908 ditandai dengan jumlah pengunjung yang mengalami fluktuasi.
2. Kualitas produk tidak sesuai dengan harapan konsumen sehingga menimbulkan ketidakpuasan.
3. Harga kurang terjangkau oleh sebagian konsumen, yang mengakibatkan keterbatasan daya beli dan menurunnya minat terhadap produk tersebut.

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi yang diatas sehingga peneliti melakukan pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Variable dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk, Harga dan Keputusan pembelian.
2. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, analisis koefisien korelasi, serta analisis koefisien determinasi.
3. Unit analisis nya adalah konsumen yang membeli produk di roemah kentang 1908.

1.4. Perumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang di ambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Kualitas Kroduk, Harga dan Keputusan Pembelian konsumen di Roemah Kentang 1908.
2. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Roemah Kentang 1908?
3. Bagaimana Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Roemah Kentang 1908?
4. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk dan Harga mempengaruhi Keputusan Pembelian konsumen di Roemah Kentang 1908?

1.5. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.5.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini bermaksud menganalisis sejauh mana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Roemah Kentang 1908 Bandung.

1.5.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui, mendiskripsikan dan menganalisis mengenai kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian di Roemah Kentang 1908.
2. Untuk mengetahui, mengukur dan menganalisis pengaruh kualitas Produk, terhadap Keputusan Pembelian di Roemah Kentang 1908.
3. Untuk mengetahui, mengukur dan menganalisis pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian di Roemah Kentang 1908.
4. Untuk mengetahui, mengukur dan menganalisis pengaruh kualitas Produk, Harga terhadap Keputusan Pembelian di Roemah Kentang 1908.

1.6 Kegunaan Penelitian

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai rujukan akademis bagi para peneliti berikutnya yang ingin mengeksplorasi isu yang sama, serta menghasilkan berbagai manfaat signifikan antara lain

1.6.1 Manfaat Teoris

Hasil Penelitian ini dapat menjadi referensi akademis untuk memverifikasi atau mengembangkan model komseptual tentang hubungan antara Kualitas Produk, Harga, dan Keputusan pembelian.

1.6.2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini di harapkan dapat bermanfaat sebagai bahan masukan kepada pemilik Roemah Kentang 1908 dan memberikan perhatian dalam hal harga , kualitas produk terhadap calon konsumen.

b. Bagi Akademis

Menjadi sumber pengetahuan tambahan dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya mengenai pengaruh Kualitas Produk dan Harga.

c. Bagi Pembaca

penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca sebagai referensi maupun bahan kajian bagi penelitian selanjutnya untuk instansiinstansi, khususnya terkait mengenai kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

1.7. Lokasi dan Waktu Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Lokasi yang dipergunakan oleh peneliti sebagai bahan penelitian dan untuk memperoleh data adalah Roemah kentang 1908 Jl. Banda No.18, Citarum, Kec.Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40115.

1.7.2 Waktu Penelitian

Adapun waktu yang dilakukan terhitung dari bulan Maret sampai dengan Sidang Akhir.

Tabel 1.5
Tabel Waktu Penelitian

NO	Kegiatan	Bulan Penelitian					
		Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu
1	Pengajuan Judul Penelitian						
2	Penyusunan BAB I						
3	Penyusunan BAB II						
4	Penyusunan BAB III						
5	Sidang Usulan Penelitian						
6	Penyusunan BAB IV						
7	Penyusunan BAB V						
8	Sidang Akhir						

Sumber: Peneliti (2025)

