BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bandung sebagai salah satu kota di Jawa Barat dan merupakan kota terbesar ketiga di Indonesia. Kota Bandung menjadi fokus pariwisata alam yang banyak diminati wisatawan. Selain itu kota Bandung juga dikenal sebagai kota belanja, dengan mall dan factory outlet yang banyak tersebar di kota ini, pada saat ini berangsur-angsur kota Bandung juga menjadi kota wisata kuliner. Sama halnya dengan factory outlet, tempat kuliner juga tersebar banyak dengan keanekaragaman kuliner yang ditawarkan. Menu tradisional hingga menu modern tersedia di restoran, rumah makan hingga cafe, selain menu tempat- tempat kuliner dibandung menawarkan kekhasannya untuk menarik minat para pembeli. Fenomena tersebut mungkin dapat dilihat menjadi sebuah kebutuhan di masyarakat.

Abraham Maslow menjelaskan mengenai lima kebutuhan pokok manusia yang dikenal dengan Teori Maslow. Salah satunya adalah kebutuhan fisiologis seperti kebutuhan makan, minum, tempat berlindung serta kebutuhan lainnya yang tidak dapat diwakilkan oleh orang lain. Kebutuhan ini juga berlaku pada para wisatawan yang membutuhkan makan, minum serta tempat tinggal. Inilah yang membuat para pengusaha jasaboga seperti pengusaha restoran berfikir bahwa sifat manusia yang pasti membutuhkan makanan menjadi salah satu faktor bagi para pengusaha dibidang jasaboga untuk menyajikan makanan sebagai

produk mereka. Usaha jasa boga merupakan usaha restoran atau rumah makan menjadi salah satu usaha yang mempunyai prospek yang baik bagi pengusaha. Restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisir secara komersil, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua konsumennya baik berupa makanan atau minuman (Marsum, 2005:7). Salah satu tipe restauran yang ada adalah café, Café atau cafeteria merupakan suatu restauran kecil yang mengutamakan penjualan cake, sandwich, kopi dan teh (Marsum, 2005:9).

Pesatnya pertumbuhan jumlah café di kota Bandung menjadikan motivasi bagi pengusaha café untuk menarik minat pembeli dan mendatangkan konsumen agar membeli produk yang mereka tawarkan. Pengusaha perlu mengetahui keinginan dan kebutuhan pasar serta produk atau jasa yang akan dituju. Untuk itu pengusaha perlu menegetahui bagaimna pengaruh kualitas dan harga produk terhadap keputusan pembelian.

Green Cake &Coffee berdiri sejak tahun 2012 yang merupakan salah satu café di jalan Citarum no. 2 Bandung. Green Cake & Coffee menyediakan makanan dan minuman sesuai dengan namanya sendiri, dengan menawarkan ke khasan makanan cake atau kue dan minumannya yaitu coffee atau kopi.Namun Green Cake & Coffee memiliki pesaing sejenis yaitu The Harvest dan pesaing dari jenis lain seperti Kartika Sari.

Selain itu produk Green Cake & Coffee mempunyai produk yang kurang lama menyebabkan konsumen membeli dalam jumlah sedikit, ditambah lagi banyaknya produk pesaing atau produk serupa yang memiliki harga jual yang lebih terjangkau dibandingkan Green Cake & Coffee. Namun dalam beberapa

bulan terakhir Green Cake & Coffee mengalami penurunan dalam keputusan pembelian. Adapun dibawah ini merupakan tabel penjualan Green Cake& Coffee : (Lihat Tabel 1.1)

Tabel 1.1
Data Penjualan
Green Cake & Coffee Tahun 2013

NO	BULAN	JUMLAH PENJUALAN
1	Januari	Rp151,021,414
2	Februari	Rp130,115,950
3	Maret	Rp151,652,400
4	April	Rp147,993,850
5	Mei	Rp158,790,900
6	Juni	Rp158,151,350
7	Juli	Rp311,855,900
8	Agustus	Rp249,673,850
9	September	Rp150,945,300
10	Oktober	Rp162,678,600
11	November	Rp155,527,900
12	Desember	Rp195,488,500
13	Jumlah	**Rp2,123,895,914**

Sumber data : Green Cake & Coffee

Berdasarkan tabel diatas volume penjualan dalam beberapa bulan terakhir terjadi kenaikan dan penurunan, seperti pada data bulan Februari mengalami penurunan, dan naik di bulan Maret, dinamika tersebut terjadi hingga bulan Juni

dan mengalami kenaikan volume penjualan paling besar pada bilan Juli, namun kenaikan tersebut tidak berlangsung lama sehingga turun berangsur – angsur pada bulan Agustus hingga bulan Desember. Berdasarkan penjalasan tersebut volume penjualan mengalami banyak penurunan dibanding kenaikan, maka dari itu volume penjualan Green Cake & *Coffee* cenderung mengalami penurunan. Karena hal tersebut hal yang berkaitan dengan volume penjualan yakni keputusan pembelian yang diduga peneliti dipengaruhi oleh kualitas produk dan penetapan harga. Berikut hasil survey yang dilakukan penulis terhadap 10 costumer remaja yang ada di Green Cake & *Coffee* terhadap Kualitas Produk dan Penetapan Harga dengan menggunakan teknik non-probability sampling dengan teknik aksidental, menurut **Sugiyono (2008; 207)** menyatakan bahwa teknik sampling aksidental adalah sebagai berikut :

"Teknik sampling aksidental adalah teknik penentuan sample berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan / incidental bertemu dengan penelitidaat diguakan sample, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data".

Tabel 1.2
Customer Survey

No	Nama	Kualitas Produk	Penetapan Harga
1	Responden 1	Cukup Sesuai kebutuhan	Terjangkau
2	Responden 2	Kurang Sesuai kebutuhan	Tidak Terjangkau
3	Responden 3	Kurang Sesuai kebutuhan	Tidak Terjangkau
4	Responden 4	Cukup Sesuai kebutuhan	Terjangkau
5	Responden 5	Cukup Sesuai kebutuhan	Terjangkau
6	Responden 6	Kurang Sesuai kebutuhan	Tidak Terjangkau
7	Responden 7	Kurang Sesuai kebutuhan	Tidak Terjangkau
8	Responden 8	Kurang Sesuai kebutuhan	Tidak Terjangkau
9	Responden 9	Kurang Sesuai kebutuhan	Tidak Terjangkau
10	Responden 10	Cukup Sesuai kebutuhan	Terjangkau

Sumber Data : Survey Wawancara

Dapat dilihat di tabel 1.2 *costumer survey* bahwa 6 dari 10 menyatakan untuk kualitas produk Green Cake & *Coffee* kurang sesuai kebutuhan dan untuk penetapan harga 6 dari 10 menyatakan tidak terjangkau, jadi dapat disimpulkan bahwa adanya masalah yang mengakibatkan penurunan penjualan yaitu antara kualitas produk dan penetapan harga terhadap keputusan pembelian.

Suatu perusahaan harus bekerja keras membuat kebijakan- kebijakan strategis baru dalam menjual produk dan jasa mereka dalam kaitannya menghadapi persaingan yang ketat dengan *competitor* yang dapat memberikan *value* yang lebih besar kepada *customer*. Pada dasarnya dengan semakin banyaknya pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi pelanggan untuk dapat

memilih produk yang sesuai dengan apa yang menjadi harapannya. Sehingga konsekuensi dari perubahan tersebut adalah pelanggan menjadi lebih cermat dan pintar dalam menghadapi setiap produk yang diluncurkan di pasar.

Dalam perkembangannya, konsumen menjadi penentu bagi keberhasilan sebuah perusahaan. Pengusaha dituntut cermat dalam melihat keinginan konsumen sehingga pengusaha dapat memperbaiki volume penjualan dan keputusan pembelian dalam hal ini. Untuk memperbaiki volume penjualan tersebut yakni dengan meningkatkan kualitas produk dan penetapan harga, penulis menduga kualitas produk dan pentapan harga tidak sesuai sehingga mempengaruhi keputusan pembelian, dugaan tersebut menjadi bahan pertimbangan bagi penulis untuk mengetahui pengaruhnya pada keputusan pembelian, baik parsial ataupun simultan. Kualitas produk yang baik dan harga yang pantas dapat berpengaruh pada keputusan pembelian atau secara terpisah yakni kualitas produknya yang berpengaruh atau harga produknya yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh tersebut maka diperlukan penelitian, maka peneliti memberi judul pada penelitian ini : **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Green Cake & *Coffee* Di Bandung”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dihadapi Green Cake &Coffee yakni penurunan volume penjualan yang dikarenakan keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk dan penetapan harga, maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan penetapan harga terhadap keputusan pembelian Green Cake & Coffee secara simultan?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan penetapan harga terhadap keputusan pembelian Green Cake & Coffee secara parsial ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan penetapan harga terhadap keputusan pembelian Green Cake & Coffee secara simultan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan penetapan harga terhadap keputusan pembelian Green Cake & Coffee secara parsial

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan berguna sebagai berikut:

1. Perusahaan

   Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak manajemen untuk menentukan langkah – langkah yang tepat dalam upaya mengembalikan tingkat kepercayaan konsumen dengan cara memerhatikan faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian sehingga mampu meningkatkan volume penjualan kembali.

2. Bagi peneliti

   Penelitian ini diharapkan menambah pemahaman mengenai manfaat – manfaat dari keputusan pembelian dalam dunia bisnis untuk diterapkan dimasa yang akan datang.

3. Bagi pihak akademis

   Hasil penelitan ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan dan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya.