



BAB I

PENDAHULUAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan bisnis merupakan kegiatan yang tidak ada habisnya dan memiliki tujuan utama yaitu untuk membuka lapangan pekerjaan, mendapatkan keuntungan dan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan. Seiring perkembangan zaman, terutama pada zaman modern ini dan juga permintaan pelanggan yang beragam, membuat pasar menjadi semakin kreatif dan menawarkan produk dengan memberikan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dengan kualitas yang baik dan dengan harga yang terjangkau. Salah satu yang dianggap cukup ramai dalam persaingan yang semakin ketat ini adalah bisnis di bidang kuliner. Padatnya aktivitas di zaman modern ini menyebabkan kebanyakan orang tidak mempunyai banyak waktu luang untuk mempersiapkan sendiri makanan di rumah dan cenderung ingin menikmati makanan yang siap saji. Bisnis ini cukup menjanjikan karena kebutuhan utama yang harus dipenuhi orang yang tidak bisa dipungkiri adalah makanan.

Kuliner ini sendiri memiliki berbagai ragam juga varian baik dari makanan dan minuman, tetapi pada umumnya kuliner sendiri dibagi menjadi dua kategori, yakni *Food Services* dan *Food Retail*. *Food Services* adalah kuliner yang mengutamakan pelayanan yang manfaatnya bisa langsung dirasakan oleh konsumen di tempat, produknya adalah kuliner siap saji yang bisa langsung dikonsumsi konsumen pada waktu tersebut, seperti restoran, warteg, *food truck*, warung kaki lima, kafe, *coffee shop* (kedai kopi) dan *catering*. *Food Retail* adalah kuliner yang mengutamakan jangkauan area, agar konsumen dari berbagai daerah maupun negara dapat mengkonsumsi produk-produk tersebut, sifat produknya adalah produk-produk

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



yang bisa tahan lama (bisa lebih dari tujuh hari) dan dapat disimpan dalam waktu tertentu, seperti *frozen food* (makanan beku), makanan atau minuman kering dalam kemasan, dan lain-lain.

Banyaknya jenis makanan khususnya di Jakarta sendiri juga beraneka ragam, dari luar kota, luar negeri sampai luar benua sekalipun. Seperti pada kebanyakan restoran yang menyediakan makanan Asia seperti *Chinese food* sering kali kita menjumpai makanan dimsum. Dimsum merupakan salah satu makanan asal Tiongkok yang menyebar dan berkembang hingga sampai ke Hongkong. Dimsum banyak disukai oleh masyarakat Indonesia. Kebanyakan restoran yang menyediakan dimsum tidak membuka restorannya hingga 24 jam. Namun tidak dengan restoran dimsum yang akan kita bahas, yaitu Wingheng Hongkong Dimsum Shop yang membuka restorannya 24 jam.

Wingheng Hongkong Dimsum Shop berdiri pada tahun 2015. Cabang pertama Wingheng Hongkong Dimsum Shop berlokasi di Muara Karang, Jakarta Utara. Wingheng Hongkong Dimsum Shop adalah restoran yang menyajikan banyak varian dimsum goreng, dimsum kuah, sup, dan beberapa jenis nasi dan mie dengan kisaran harga dari 17 ribu sampai 30 ribu. Wingheng Hongkong Dimsum Shop menyediakan makanan non halal, namun di beberapa lokasi mereka menyediakan makanan yang halal.

Seperti yang sering kita lihat banyaknya orang-orang yang rela mengantri berjam-jam untuk mendapatkan produk-produk yang disediakan Wingheng Hongkong Dimsum Shop, karena dimsum yang disediakan mereka enak, murah dan banyak juga yang merekomendasikannya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



B. Identifikasi Masalah

Wingheng Hongkong Dimsum Shop memiliki keunikan dalam bidang pemasarannya, karena mereka tidak memasarkan produk-produknya melalui iklan, namun para konsumen yang puas dengan produk-produk Wingheng Hongkong Dimsum Shop inilah yang membicarakan dan merekomendasikan Wingheng Hongkong Dimsum Shop ke teman, kerabat maupun keluarga, metode ini biasa kita sebut dengan *word of mouth* (wom). *Word of Mouth* (WOM) yang biasa dikenal dari mulut ke mulut merupakan strategi pemasaran tradisional untuk memperkenalkan produk atau jasa yang dijual yang dilandasi oleh sebuah hubungan dan kepercayaan dari masing-masing orang tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Pada umumnya orang akan merekomendasikan produk tersebut apabila sudah pernah mencobanya dan merasa puas dengan hasil yang ia dapatkan, karena adanya landasan kepercayaan, ketika seseorang merekomendasikan produk yang sudah dicobanya, sebagai pendengar pun penasaran, tertarik untuk mencobanya dan memutuskan untuk melakukan pembelian.

Word of Mouth (WOM) yang diterapkan oleh Wingheng Hongkong Dimsum Shop adalah *word of mouth* (wom) positif karena orang-orang yang ingin membeli produk Wingheng Hongkong Dimsum Shop menyediakan waktunya untuk membeli dan membuktikan omongan-omongan yang para konsumen dapat mengenai Wingheng Hongkong Dimsum Shop.

Tidak hanya pemasarannya yang menggunakan *word of mouth* (wom), Wingheng Hongkong Dimsum Shop didukung dengan makanan yang unik seperti bakpao bakar, kue pandan (*steamed pandan cake*), babi goreng *crispy* dan lainnya yang hanya disediakan di Wingheng Hongkong Dimsum Shop, dan juga harga dari produk-produk Wingheng Hongkong Dimsum Shop juga menjadi salah satu bahan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBI RKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI RKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



omongan dari *word of mouth* (wom) tersebut dan menjadi penentu keputusan

② pembelian, harga atas produk-produk Wingheng Hongkong Dimsum Shop bisa bersaing dengan-pesaingnya, seperti :

1. Duck King,
2. May Star,
3. Super Yumcha & Super Kopi,
4. Golden Sense International Restaurant,
5. dan lainnya.

Restoran-restoran yang menjual dimsum yang disebutkan diatas, menjual produk sejenis namun dengan harga dan penawaran produk yang berbeda-beda, sehingga dalam penelitian ini khususnya membahas mengenai *word of mouth* (wom) dan harga yang ditawarkan berbeda dan unggul dari pesaing guna untuk mengetahui keputusan pembeliannya, karena pada umumnya pelanggan menginginkan produk dengan kualitas yang maksimal namun dengan harga yang sesuai bahkan lebih terjangkau dibanding pesaing dengan produk yang sejenis.

Word of Mouth (WOM) yang menjadi faktor dari keputusan pembelian yang dilakukan konsumen, harga juga termasuk faktor yang menimbulkan keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah sebuah kegiatan individu yang memutuskan membeli suatu produk yang dijual oleh penjual.

Berdasarkan uraian di atas, maka masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen khususnya pelajar dan mahasiswa Wingheng Hongkong Dimsum Shop di Sunter?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Apakah *word of mouth* (wom) berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen khususnya pelajar dan mahasiswa pada produk di Wingheng Hongkong Dimsum Shop di Sunter?

C. Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

C. Batasan Penelitian

Untuk mempermudah penelitian, maka penulis membuat batasan penelitian

yaitu :

1. Penelitian dilakukan di wilayah Sunter, Jakarta Utara.
2. Objek penelitian yaitu keputusan pembelian di Wingheng Hongkong Dimsum Shop di wilayah Sunter, Jakarta Utara.
3. Subjek penelitian ini adalah konsumen khususnya pelajar dan mahasiswa yang membeli / mengkonsumsi produk yang disajikan Wingheng Hongkong Dimsum Shop di wilayah Sunter, Jakarta Utara.
4. Waktu penelitian
5. Responden

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang dikemukakan diatas, maka masalah yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut :

“Bagaimana pengaruh harga dan *word of mouth* (wom) terhadap keputusan pembelian Wingheng Hongkong Dimsum Shop Sunter 2021.”

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh dari harga terhadap keputusan pembelian Wingheng Hongkong Dimsum Shop Sunter

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Untuk mengetahui adakah pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian Wingheng Hongkong Dimsum Shop Sunter.

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat :

1. Bagi pembaca

Hasil penelitian diharapkan dapat menambah wawasan dan informasi bagi pembaca.

2. Bagi penjual

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada perusahaan dalam mengambil keputusan untuk menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dan sepadan dalam usaha pencapaian tujuan perusahaan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai salah satu bahan referensi penelitian yang dilakukan peneliti selanjutnya yang meneliti objek baik dengan variabel yang sama ataupun dengan variabel lainnya.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.