



BAB I

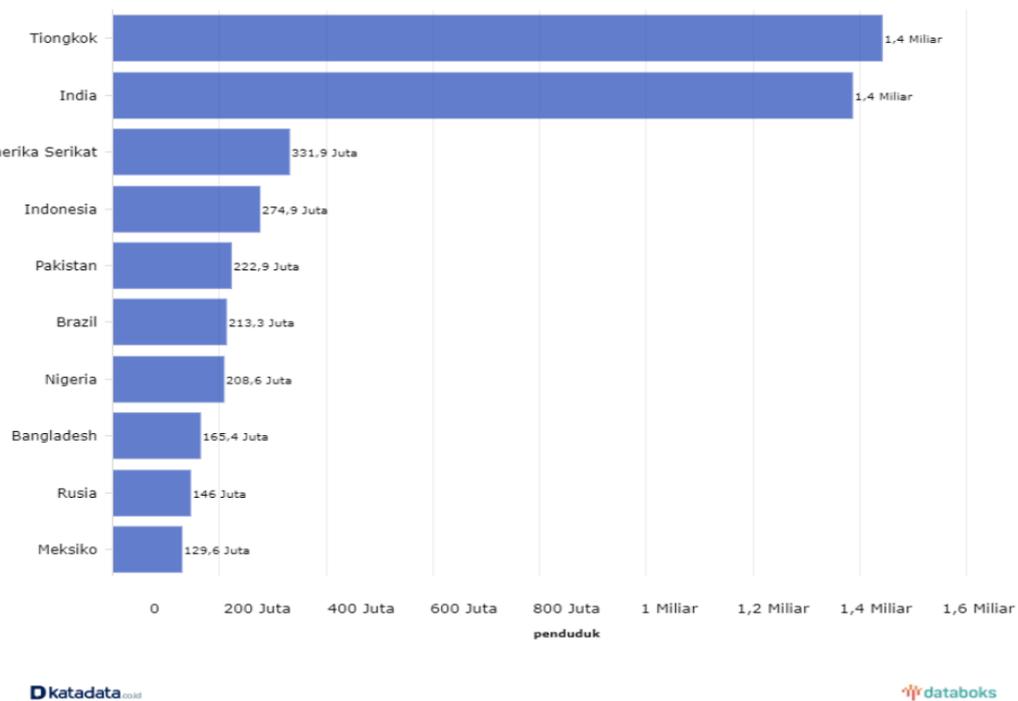
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan penduduk Indonesia mengalami kenaikan seiring berjalannya waktu, pada kenyataannya Indonesia menempati urutan ke-4 dengan populasi masyarakat terbanyak di dunia, berikut pada Gambar 1.1 yang menunjukkan hasil pengamatan mengenai jumlah penduduk terbanyak di dunia

Gambar 1.1

Daftar Negara dengan Populasi Terbanyak Dunia



Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/worldmeters>, 14 Desember 2020

Laporan Worldometers menyebutkan, per 14 Desember 2020, jumlah penduduk Indonesia mencapai 274,86 juta. Angka ini menjadikan Indonesia sebagai negara terpadat keempat di dunia. Nomor satu adalah Cina dengan populasi 1,44 miliar. Disusul India dan Amerika Serikat (AS) masing-masing 1,38 miliar dan 331,89 juta. Tempat

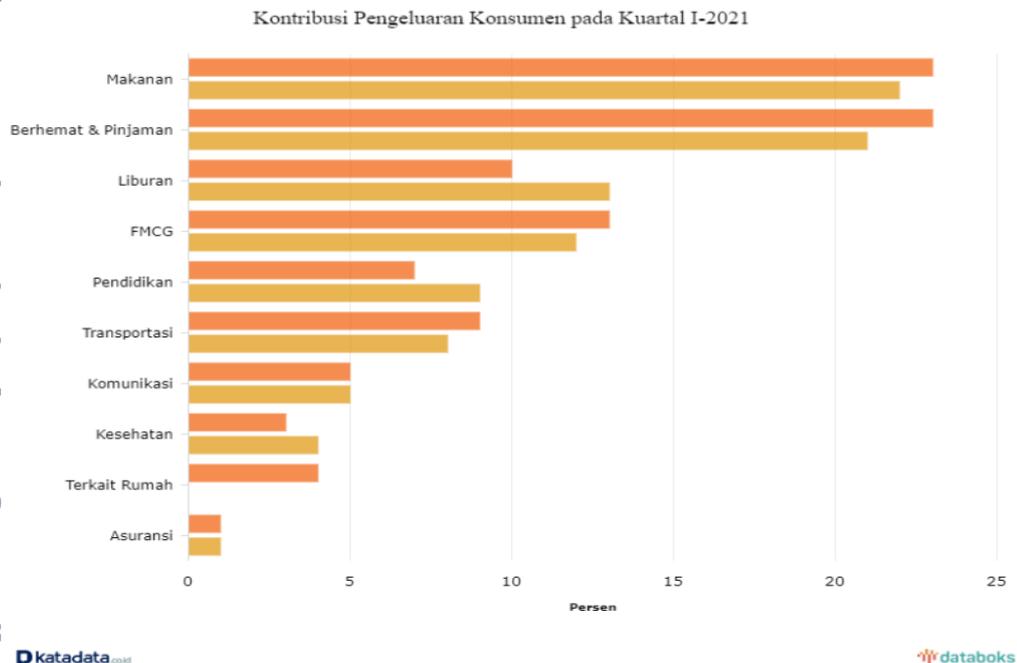
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar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

kelima dan keenam adalah Pakistan dan Brasil, dengan populasi masing-masing 222,9 juta dan 213,25 juta.

Selain menjadi negara urutan ke-4 dengan populasi penduduk terbanyak di dunia, Gaya hidup masyarakat Indonesia juga semakin meningkat dengan adanya kebiasaan membeli makanan di restoran dengan tujuan meningkatkan efisiensi untuk menyegarkan pikiran, berkumpul, mengadakan acara spesial dengan keluarga, bersosialisasi, bertukar pikiran dan juga untuk pertemuan dengan rekan bisnis. Selain hal tersebut makanan dan minuman adalah kebutuhan dasar yang harus dipenuhi organisme untuk bertahan hidup. Maka hal tersebut sangat berpengaruh juga terhadap permintaan kebutuhan akan makanan dan minuman. Terlebih lagi masyarakat Indonesia memang dikenal dengan perilaku konsumtifnya, berikut pada gambar 1.2 yang menunjukkan hasil pengamatan mengenai peningkatan pengeluaran masyarakat dalam mengkonsumsi makanan

Gambar 1.2

Kontribusi Pengeluaran Konsumen (2021)



Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/NielsenQ>, 2021



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.



Menurut survei konsumen NielsenIQ, total belanja konsumen Indonesia untuk kategori makanan mencapai 22% pada kuartal pertama tahun 2021. Meski turun 1% dari kuartal pertama tahun 2020, persentase ini merupakan belanja konsumen tertinggi dari kategori lainnya. Tabungan dan pembayaran utang menempati peringkat kedua karena menyumbang 21% dari total belanja konsumen di Indonesia. Lalu ada hari libur untuk hari libur yang menyumbang 13%. Selanjutnya, kontribusi belanja konsumen pada *fast moving consumer goods* (FMCG) sekitar 12%, untuk pendidikan, transportasi, dan komunikasi berkontribusi terhadap pengeluaran konsumen masing-masing sebesar 9%, 8% dan 5%. Kontribusi belanja konsumen terhadap kesehatan dan kesejahteraan sekitar 4%. Selanjutnya, jumlah uang yang dikumpulkan untuk mengubah polis asuransi hanya sekitar 1% dari total pengeluaran konsumen.

Melihat peningkatan pengeluaran masyarakat dalam belanja makanan, Hal ini membuka peluang bisnis baru bagi investor yang tertarik untuk memperluas operasinya di sektor pangan Indonesia. Menjamurnya restoran dengan berbagai konsep yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan konsumennya mendorong para pelaku bisnis untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan menerapkan inovasi yang membujuk konsumen untuk membeli untuk kebutuhan mereka.. Sangat penting untuk perusahaan memperhatikan orientasi pada konsumen agar perusahaan bisnis dapat bertahan, menyangkut apa yang harus dilakukan para pelaku bisnis untuk menemukan pelanggan dan membujuk konsumen untuk membuat keputusan pembelian.

Dari hasil penelitian sebelumnya yang membahas tentang keputusan pembelian oleh peneliti-peneliti. Terdapat beberapa variabel yang menjadi faktor pengaruh keputusan pembelian pada konsumen seperti kualitas produk dan persepsi harga.

Menurut (Kotler & Armstrong, 2008:272), mengemukakan pendapat dalam *positioning* produk memiliki faktor terpenting yang mempengaruhi *positioning* produk salah satunya



yaitu kualitas produk. Kualitas memiliki dampak dalam jangka panjang pada performa produk atau layanan karena hal tersebut terkait erat dengan sebuah nilai dan kepuasan konsumen. Maka apabila pada suatu perusahaan memiliki produk yang berkualitas tinggi, hal tersebut dapat berdampak pada keputusan konsumen untuk membeli produk tersebut.

Sebuah studi yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, (Maharani, 2019), menyelidiki dampak kualitas produk dan kualitas layanan, memberikan bukti bahwa kualitas produk dan kualitas layanan merupakan faktor yang secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian.

Selain dari kualitas produk, faktor lain yang dapat mendorong adanya keputusan pembelian adalah persepsi harga. Persepsi harga merupakan salah satu faktor penentu yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap harga yang diiklankan. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya oleh (Adhitama dan Maskan, 2018) yang meneliti tentang pengaruh persepsi harga terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, dijelaskan bahwa faktor persepsi harga mempunyai pengaruh akan keputusan pembelian.

Seiring berkembangnya gaya hidup masyarakat khususnya di generasi millennial, kini kegiatan makan memiliki ciri khas tersendiri, dari yang hanya berkonsep standar pada umumnya sampai berani memakai konsep yang cukup unik, kreatif atau bahkan bisa disebut 'tidak wajar', dan hal tersebut telah berkembang sebagai sarana sosialisasi.

Salah satunya adalah konsep yang dikenal sebagai *all-you-can-eat* (AYCE). *All-you-can-eat* atau yang disingkat AYCE merupakan restoran yang memiliki konsep bahwa konsumen dapat menikmati semua hidangan yang disajikan dengan sepuasnya dalam batas waktu tertentu sesuai dengan kebijakan masing-masing restoran yang menerapkan

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.



konsep tersebut, dan semua hidangan dapat dinikmati konsumen dengan melakukan sekali pembayaran.

Mess Steak adalah restoran yang memiliki konsep *all-you-can-eat* BBQ dan shabu-shabu yang menawarkan produk steak sapi dengan berbagai jenis daging, serta bumbu yang memiliki karakteristik tersendiri, selain itu berbagai makanan pendamping (*side dish*), makanan penutup (*dessert*), dan minuman untuk melengkapi dan menggugah selera makan, berlokasi di Pagoda Mangga Dua Square Blok B No. 22, Pagoda Food City, Jl Gunung Sahari, Jakarta Utara.

Mess Steak merupakan restoran dengan konsep outdoor yang berada di Pagoda Mangga Dua Square berlokasi di tempat yang strategis terletak di daerah perkantoran dan pusat perbelanjaan. oleh sebab itu Mess Steak Mangga Dua Square menjadi pilihan yang cocok untuk bersantai, dan berkumpul bersama teman-teman, keluarga, atau dengan rekan kerja.

Mess Steak Mangga Dua Square mempunyai daya tarik tersendiri seperti *design interior* yang *simple* namun *stylish* dengan didominasi warna merah dan kuning dengan ornament Mess Steak yang menarik dan sentuhan furniture yang nyaman. Mess Steak Mangga Dua Square juga memiliki fasilitas yang dapat membuat betah para pelanggan dengan suasana yang nyaman bagi para pelanggan dan di lengkapi dengan Wifi dan *Smoking Area*.

B. Identifikasi Masalah

Dalam pengenalan latar belakang masalah pada latar belakang diatas, maka terdapat beberapa masalah yang dapat diidentifikasi yaitu :

1. Apakah kualitas produk mempengaruhi akan keputusan pembelian
2. Apakah persepsi harga mempengaruhi akan keputusan pembelian



3. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi akan keputusan pembelian



C. Batasan Masalah

Mengikuti pada identifikasi masalah yang telah menguraikan beberapa masalah di atas, maka yang akan diteliti yaitu berikut dibawah ini :

1. Apakah kualitas produk mempengaruhi akan keputusan pembelian
2. Apakah persepsi harga mempengaruhi akan keputusan pembelian

D. Batasan Penelitian

Batasan penelitian mengingatkan penulis bahwa penulis memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian ini, maka batasan penelitian yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Objek dalam penelitian ini yaitu Mess Steak
2. Lokasi penelitian yaitu Mess Steak yang berlokasi Mangga Dua Square
3. Waktu penelitian akan dilakukan di bulan April sampai bulan Juni 2022

E. Rumusan Masalah

Berlandasan pada batasan masalah dan juga batasan penelitian dapat ditetapkan dalam perumusan masalahnya yaitu “ Apakah kualitas produk dan persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di restoran Mess Steak Mangga Dua Square “

F. Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan di atas, peneliti memiliki tujuan dalam melakukan penelitian yaitu ini bertujuan untuk

1. Untuk dapat mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli di Mess Steak Mangga Dua Square

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Haptimilia IBI KKG (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Untuk dapat mengetahui apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Mess Steak Mangga Dua Square

G. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan penulis dalam melakukan penelitian ini memberikan beberapa manfaat bagi beberapa pihak yaitu :

1. Manfaat bagi perusahaan Mess Steak, dengan tujuan sebagai representasi dan masukan atau anjuran kepada perusahaan untuk mengatasi permasalahan dalam bentuk kualitas yang dihidangkan dan persepsi akan harga agar dapat memperkuat dan memberikan sebuah nilai tambahan pada perusahaan.
2. Manfaat bagi peneliti berikutnya yang akan melakukan penelitian, dengan melihat hasil penelitian ini agar menjadi gambaran untuk mengenali bagaimana pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian, dan juga penelitian ini dapat menjadi sumber referensi penelitian lain.