

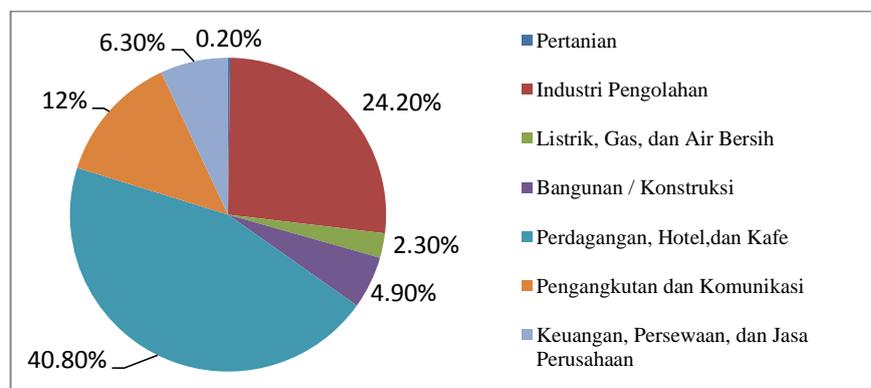
# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang Penelitian

Persaingan bisnis merupakan fenomena yang sangat menarik untuk diteliti, terlebih di era globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin terbuka. Hal ini turut membuka peluang bagi setiap perusahaan untuk berkompetisi menjangkau konsumen. Perusahaan dituntut bekerja keras untuk memberikan barang atau jasa yang terbaik untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan yang sesuai dengan harapan konsumen. Potensi wisata suatu daerah atau kota menjadi faktor penting dalam perekonomian daerah atau kota itu sendiri, sehingga persaingan bagi setiap perusahaan penyedia barang atau jasa dan masyarakat berusaha untuk mendapatkan ekonomi yang lebih baik melalui perkembangan pariwisata.

Kota Bandung merupakan kota terbesar di Jawa Barat sekaligus menjadi ibu kota provinsi, kota Bandung selain mempunyai banyak objek wisata alam maupun objek wisata sejarah. Kota Bandung pun menawarkan pengalaman berwisata yang menarik yaitu wisata belanja pakaian (*factory outlet*) dan wisata kuliner. Wisata kuliner dipilih para wisatawan karena Bandung dikenal dengan suasana yang sejuk dan tempat yang tepat untuk berwisata kuliner. Bandung banyak menawarkan hidangan – hidangan kuliner mulai dari tradisional sampai internasional. Maka dari itu para pelaku bisnis berlomba-lomba membuka usaha di bidang kuliner. Usaha kuliner kota Bandung pun sangat bermacam-macam mulai dari kafe atau *coffe shop*, restoran, *food court*, sampai pedagang kaki lima. (<http://bandungtourism.com>).

Banyaknya wisatawan lokal dan wisatawan asing yang datang ke kota Bandung tiap harinya membuat berbisnis di kota ini sangatlah menguntungkan dan sangat potensial. Hal ini berdampak pada makin banyaknya para pelaku usaha yang terus berinovasi dan membuat ide – ide baru yang bertujuan untuk menarik para konsumennya. Dalam kurun lima tahun terakhir pertumbuhan perekonomian kota Bandung terus meningkat. Peningkatan tersebut secara signifikan dikontribusi oleh sektor ekonomi kreatif beserta sektor-sektor pendukung lainnya. Sektor perdagangan, hotel, dan kafe berperan memberikan kontribusi paling besar terhadap perekonomian kota Bandung. Berikut adalah kontribusi berbagai sektor bagi perekonomian kota Bandung tahun 2012 :



**Gambar 1.1**

**Kontribusi Berbagai Sektor Bagi Perekonomian Kota Bandung**

Sumber : Rancangan Pembangunan Kota Bandung 2014-2018 ([perpustakaan.bappenas.go.id](http://perpustakaan.bappenas.go.id))

Gambar 1.1 pada halaman sebelumnya menunjukkan bahwa terdapat tujuh sektor yang berkontribusi bagi perekonomian kota Bandung. Kontribusi terbesar bagi perekonomian kota Bandung didominasi oleh sektor perdagangan, hotel, dan kafe yaitu sebesar 40,8%. Sektor perdagangan, hotel, dan kafe memberikan kontribusi yang besar bagi perekonomian kota Bandung tercermin dari banyaknya

jenis usaha seperti distro, *clothing*, dan kuliner yang membuat kota Bandung dijadikan sebagai kota destinasi wisata belanja serta wisata kuliner.

Wisata kuliner di kota Bandung kini terus berkembang secara variatif. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya jenis kafe yang menyuguhkan berbagai pilihan jenis makanan. Banyaknya jumlah kafe di kota Bandung menyebabkan persaingan yang semakin ketat serta menuntut setiap pelaku bisnis kuliner untuk menjadi penyedia jasa yang baik agar dapat menguasai pangsa pasar dan mengoptimalkan profit perusahaan.

Bisnis kuliner yang meliputi usaha jasa makanan dan minuman diatur dalam Peraturan Daerah kota Bandung nomor 7 Tahun 2012 tentang penyelenggaraan kepariwisataan. Peraturan tersebut tertuang dalam pasal 18 yang menjelaskan bahwa usaha jasa makanan dan minuman merupakan usaha penyediaan makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan, dan penyajiannya. Usaha jasa makanan dan minuman yang dimaksud meliputi : restoran, rumah makan, restoran waralaba, bar di hotel berbintang, kafe, pusat penjualan makanan dan minuman, jasa boga, dan usaha jasa makanan dan minuman lainnya yang ditetapkan oleh walikota ([www.kemendagri.go.id](http://www.kemendagri.go.id)). Berikut adalah data jumlah restoran dan rumah makan di kota Bandung tahun 2014-2015 :

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Restoran dan Kafé di Kota Bandung**  
**Tahun 2014-2015**

No	Tahun	Jumlah Restoran dan Kafe
1	2014	432
2	2015	653

Sumber : Kota Bandung Dalam Angka, 2015 ([bandungkota.bps.go.id](http://bandungkota.bps.go.id))

Tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa jumlah usaha kafé di kota Bandung tahun 2014 tercatat sebanyak 432 pelaku usaha dan mengalami peningkatan sebesar 51,2% pada tahun 2015 menjadi 653 pelaku usaha. Diketahui terdapat 6 jenis restoran dan rumah makan di kota Bandung yang menawarkan beragam jenis makanan. Jenis restoran dan rumah makan tersebut diantaranya *Sundanese cuisine, Indonesian cuisine, Asian cuisine, European and western cuisine, bar and cafe*, dan *fast food*.

Salah satu jenis kafé yang sedang populer di kalangan anak muda kota Bandung belakangan ini adalah kafé kopi, yang merupakan salah satu jenis tempat yang sesuai untuk kalangan anak muda. Kopi yang berasal dari berbagai daerah ini memang menjadi tempat yang cukup populer setidaknya dalam 1-2 tahun terakhir. Hal tersebut dapat dilihat dari munculnya berbagai kafe, maupun kedai yang menjual berbagai macam kopi dan makanan di kota Bandung. Menu yang ditawarkan oleh kafé sendiri sebenarnya diadaptasi dari daerah lain, namun disajikan dengan gaya berbeda. Umumnya kopi disajikan dengan air panas dan gula dengan berbagai tambahan pelengkap. Untuk menarik minat pelanggan, banyak pelaku bisnis yang menciptakan kopi dengan citarasa lokal.

Kota Bandung memiliki beberapa tempat kafé. Berikut adalah daftar kafé beserta peringkatnya dari 1173 kafé di kota Bandung menurut survei *trip advisor* Indonesia Tahun 2015:

**Tabel 1.2**  
**Daftar Tempat Kafe Beserta Peringkatnya**  
**di Kota Bandung Tahun 2015**

No	Tempat Kafé di Bandung	Lokasi	Peringkat Kafe ( <i>Rating Berdasarkan Makanan, Pelayanan, Nilai, dan Suasana</i> )
1	Ngopi Doeloe	Jl. Ranggamalela No 74	58
2	Caffe Bene	Jl Ir HDjuanda No 155	163
3	Two Hans Full	Jl. Sukajadi No 206	234
4	Kopi Progo	Jl. Progo No 22	247
5	Jack Runner Roastery	Jl. Ciumbuleuit No 42	293
6	Kopi Anjis	Jl. Bengawan No 34	312
7	Blue Doors	Jl. Gandapura No 61	583
8	Rumah Kopi	Jl. Terusan Ranca Kembar No 9	609
9	Cups Coffee & Kitchen	Jl. Trunojoyo No 25	673
10	Kopi Panggang	Jl. Ir H Djuanda No 391	695
11	Yellow Truck	Jl. Linggawastu No 11	721

Sumber : [www.tripadvisorindonesia.com](http://www.tripadvisorindonesia.com)

Berdasarkan tabel 1.2 di atas, peringkat pertama ditempati oleh Ngopi Doeloe dan di posisi terakhir ditempati oleh Yellow Truck Kafe. Peringkat tersebut dinilai berdasarkan jenis kopi dan makanan yang ditawarkan, pelayanan yang diberikan, nilai dari pelanggan, dan suasana kafe. Yellow Truck Kafe berada pada peringkat paling kecil dibandingkan dengan kafe lainnya yaitu berada di peringkat 721 dari 1173 kafé yang ada di kota Bandung tahun 2015 menurut survei trip *advisor* Indonesia. Data tersebut menunjukkan bahwa peringkat kafe masih berada di bawah kafe yang sejenis.

Yellow Truck Kafé didirikan pada tanggal 1 Juni 2010 dan salah satunya berlokasi di Jalan Linggawastu No 11 Bandung. Kafe menyajikan produk makanan dan minuman kopi dengan menu andalan yang telah dipilih menjadi menu yang terbaik. Terdapat tiga cabang yaitu Jl. Linggawastu No11, Jl. Garuda

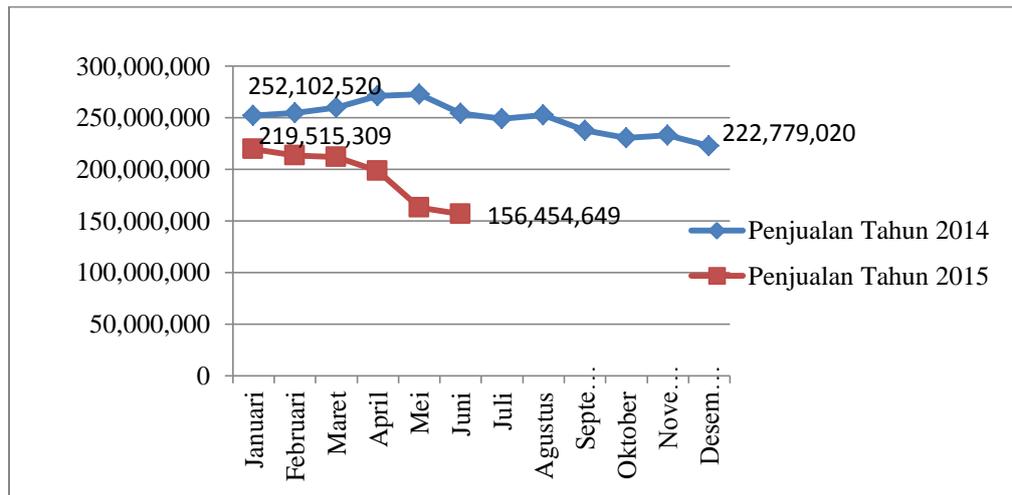
No. 66, dan Jl. Sunda No. 65. Berikut data mengenai konsumen yang bertransaksi di tiga gerai cabang tersebut.

**Tabel 1.3**  
**Data Transaksi Yellow Truck di Kota Bandung tahun 2015**

No	Cafe cabang kota Bandung	Jumlah
1	Jl. Sunda No. 65	173.700
2	Jl. Garuda No. 66	185.400
3	Jl. Linggawastu No. 11	151.200

Sumber: Yellow Truck Kafe

Berdasarkan Tabel 1.3 diatas terdapat jumlah transaksi di 3 cabang Yellow Truck Kafe Kota Bandung. Dapat dilihat gerai yang terdapat di Jl. Linggawastu yang terdapat jumlah transaksi lebih rendah dengan jumlah 151.200 orang yang bertransaksi diantara dua cabang lainnya. Maka dari itu peneliti meneliti di Yellow Truck Kafe Jl. Linggawastu karena tempatnya yang kurang strategis dibandingkan dua cabang lainnya. Kafe merupakan salah satu yang menyajikan berbagai macam kopi dan terdiri dari 14 pegawai. Tingkat penjualannya berfluktuasi dan cenderung menurun sejak tahun 2014 hingga awal tahun 2015. Tahun pertama hingga tahun ke dua kafe berdiri, kafe ini tidak pernah sepi dikunjungi pelanggannya. Konsumen bersedia mengantri dalam waktu yang lama hanya untuk menikmati kopi dan makanan yang ditawarkan. Akhir-akhir ini kafe cenderung mengalami penurunan penjualan dikarenakan semakin banyaknya bisnis atau usaha kafe sejenis. Pada halaman selanjutnya akan peneliti tampilkan data mengenai tingkat penjualan kafe tahun 2014 hingga semester pertama tahun 2015.



**Gambar 1.2**  
**Penjualan Yellow Truck Kafé Bandung**  
**Tahun 2014 – Juni 2015**

**Sumber : Data Internal Yellow Truck Kafé Tahun 2014-2015**

Gambar 1.2 di atas menunjukkan bahwa penjualan Yellow Truck Kafé Bandung pada tahun 2014 mengalami fluktuasi dan cenderung menurun pada awal tahun 2016. Hal ini menandakan rendahnya keputusan pengunjung untuk melakukan pembelian di kafe tersebut. Dari data-data yang disajikan menunjukkan bahwa ada permasalahan keputusan pembelian yang membuat target yang ditetapkan oleh perusahaan tidak tercapai. Diidentifikasi terdapat banyak variabel-variabel yang diduga mempengaruhi keputusan pembelian.

Untuk lebih meyakinkan variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian di Yellow Truck Kafe mengenai rendahnya keputusan pembelian yang berdampak pada menurunnya tingkat penjualan, maka peneliti melakukan penelitian pendahuluan dengan cara membagikan kuesioner kepada 30 responden yang berkunjung ke kafe tersebut. Hasil penelitian pendahuluan mengenai keputusan pembelian konsumen akan peneliti disajikan pada halaman selanjutnya.

**Tabel 1.3**  
**Penelitian Pendahuluan Mengenai Keputusan Pembelian di Yellow Truck Kafé Bandung Tahun 2016**

	Dimensi	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS	Jumlah
Keputusan Pembelian	Pemilihan produk/ jasa	Anda membeli produk di Yellow Truck Kafe karena menyediakan banyak variasi produk	2	7	13	8	-	30
		Anda membeli produk di Yellow Truck Kafe karena kualitas produk yang ditawarkan baik	5	11	7	7	-	30
	Waktu Pembelian	Anda datang ke Yellow Truck Kafe 1 sampai 2 minggu sekali	-	6	4	18	2	30
		Anda datang ke Yellow Truck Kafe lebih dari 2 minggu sekali	-	10	6	13	1	30
	Jumlah Pembelian	Anda membeli produk di Yellow Truck Kafe dengan jumlah / kuantitas yang banyak	-	4	7	14	5	30
		Anda membeli produk di Yellow Truck Kafe lebih dari satu jenis (misalnya roti dan makanan ringan)	-	12	9	9	-	30
	Metode Pembayaran	Anda memilih Yellow Truck Kafe karena metode pembayaran yang mudah	8	14	5	2	1	30
		Pembayaran via <i>credit dan debit card</i> di Yellow Truck Kafe mudah dilakukan	6	13	9	2	-	30

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner oleh peneliti, Oktober 2016

Berdasarkan tabel 1.3 di atas mengenai penelitian pendahuluan tentang keputusan pembelian konsumen di Yellow Truck Kafé Bandung, diperoleh informasi bahwa keputusan pembelian konsumen pada aspek pemilihan produk/jasa, sebanyak 13 orang cukup setuju dan 8 orang tidak setuju bahwa mereka membeli produk karena banyaknya variasi produk yang ditawarkan. Berdasarkan waktu pembelian, sebanyak 4 orang cukup setuju, 18 orang tidak setuju, dan 2 orang sangat tidak setuju bahwa mereka datang ke kafe 1 sampai 2 minggu sekali. Pada aspek jumlah pembelian, sebanyak 7 orang cukup setuju, 14 orang tidak setuju, dan 5 orang sangat tidak setuju bahwa mereka membeli produk

dengan jumlah atau kuantitas yang banyak. Penelitian pendahuluan tersebut menggambarkan bahwa keputusan pembelian konsumen rendah.

Melihat penyebab fenomena yang terjadi, penulis juga melakukan penelitian pendahuluan dengan cara membagikan kuesioner kepada 30 responden yang berkunjung ke kafe tersebut. Penelitian pendahuluan tersebut bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi dan menyebabkan keputusan pembelian konsumen yang berdampak pada menurunnya tingkat penjualan. Faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen diantaranya adalah bauran pemasaran. Yellow Truck Kafe adalah usaha yang bergerak di bidang jasa yang tidak hanya menjual produk tetapi juga memberikan *service* kepada konsumen dalam proses pembelian produk. Hasil penelitian pendahuluan tersebut adalah sebagai berikut :

**Tabel 1.4**  
**Penelitian Pendahuluan Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Yellow Truck Kafe Bandung Tahun 2016**

No	Dimensi	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS	Total
1	<i>Product</i>	Yellow Truck Kafe menawarkan banyak pilihan menu baru yang beragam.	-	7	15	8	-	30
		Anda mengenal dengan baik produk yang ditawarkan Yellow Truck Kafe.	1	11	14	4	-	30
2	<i>Price</i>	Harga yang ditawarkan Yellow Truck Kafe relatif terjangkau.	7	23	-	-	-	30
		Harga dari menu yang ditawarkan sesuai dengan rasa dari makanan dan minuman yang tersedia.	-	4	23	-	3	30
3	<i>Place</i>	Lokasi Yellow Truck Kafe mudah dijangkau dan strategis	4	19	6	1	-	30
		Lokasi Yellow Truck Kafe dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.	3	16	10	1	-	30

4	<i>Promotion</i>	Iklan (brosur, internet, dan poster) yang dipakai Yellow Truck Kafe menarik minat anda.	5	15	10	-	-	30
		Yellow Truck Kafe sering melakukan promosi penjualan (kupon, voucher, bazar, dan pameran dagang)	14	13	3	-	-	30
		Yellow Truck Kafe sering melakukan <i>sponsorship</i> pada acara-acara tertentu.	-	9	21	-	-	30
		Anda datang ke Yellow Truck Kafe karena rekomendasi dari teman.	6	19	3	2	-	30
5	<i>People</i>	Karyawan Yellow Truck Kafe selalu berpenampilan rapih dan menarik.	1	14	12	3	-	30
		Karyawan Yellow Truck Kafe mampu memberikan informasi yang jelas kepada anda.	1	20	9	-	-	30
		Karyawan Yellow Truck Kafe selalu memberikan pelayanan dengan ramah	-	23	4	3	-	30
6	<i>Process</i>	Proses pemesanan di Yellow Truck Kafe sangat cepat.	-	10	16	4	-	30
		Proses penyajian makanan dan minuman tertata sesuai dengan gambar yang tersedia dalam buku menu.	-	16	12	2	-	30
7	<i>Physical Evidance</i>	Lingkungan Yellow Truck Kafe bersih dan nyaman.	-	14	11	5	-	30
		Tata letak dan desain interior Yellow Truck Kafe unik, nyaman,dan menarik.	-	9	16	5	-	30

Sumber : Hasil pengolahan kuesioner oleh peneliti Oktober 2016

Pada tabel 1.4 di atas berdasarkan hasil kuesioner pendahuluan yang dilakukan peneliti mengenai bauran pemasaran jasa di Yellow Truck Kafé, diperoleh informasi bahwa pada aspek produk sebanyak 15 orang responden menyatakan cukup setuju dan 8 orang tidak setuju menawarkan banyak pilihan menu yang beragam. Hal ini juga diperkuat dalam wawancara langsung dengan pemilik kafe yang mengatakan bahwa kafe tersebut telah melakukan inovasi pada produk-produk yang ditawarkan. Jumlah produk yang ditawarkan dari mulai kafe

tersebut berdiri hingga saat ini belum ada penambahan yang dilakukan sehingga konsumen mulai merasa jenuh dengan produk yang ditawarkan.

Selain itu pada aspek harga sebanyak 23 orang responden menyatakan cukup setuju, dan 3 orang menyatakan sangat tidak setuju bahwa harga yang ditetapkan menarik minat konsumen. Tidak seperti awal kemunculan kafe berdiri yang sangat gencar dengan harga yang relatif terjangkau, saat ini konsumennya berkurang karena harganya yang mahal. Faktor kualitas produk dan harga diduga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian yang mengakibatkan penjualan mengalami penurunan.

Pemahaman keputusan pembelian konsumen adalah tentang bagaimana individu, kelompok, atau organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan tidak menggunakan barang atau jasa. Keputusan pembelian konsumen diawali oleh keinginan membeli yang timbul karena terdapat berbagai faktor yang berpengaruh seperti keluarga, harga yang diinginkan, informasi yang diberikan, dan keuntungan atau manfaat yang bisa diperoleh dari produk atau jasa. Ketika konsumen melakukan pembelian, banyak faktor situasional yang bisa mempengaruhi keputusan pembeliannya.

Keputusan pembelian juga merupakan tahap dimana konsumen membentuk preferensi atas merek-merek yang ada dalam kumpulan pilihan dan memutuskan melakukan pembelian atas merek atau produk yang paling disukai atau yang paling sesuai. Keputusan pembelian didefinisikan oleh Kotler & Keller (2013:192), *“In the evaluation stage, the consumer forms preferences among the brands in the choice and may also form an intention to buy the most preferred*

*brand*". Sedangkan menurut Ujang Sumarwan (2011:377) keputusan pembelian adalah "Bagaimana konsumen memutuskan alternatif pilihan yang akan dipilih, serta meliputi keputusan mengenai apa yang dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, dimana membeli, dan bagaimana cara membayarnya". Menurut Kotler dan Keller (2013:183) terdapat enam sub keputusan pembelian yang dilakukan konsumen, yaitu : pilihan produk, pilihan merek, pemilihan tempat penyalur, jumlah pembelian atau kuantitas, waktu pembelian, dan metode pembayaran.

Salah satu unsur kunci dalam persaingan diantara pelaku usaha adalah tersedianya kualitas produk yang disediakan dan ditawarkan kepada konsumen. Para pelaku usaha harus membuat keputusan yang tepat mengenai kualitas produk yang dijual. Dengan adanya kualitas produk dalam arti produk yang lengkap dengan adanya ukuran, kualitas, dan ketersediaan produk setiap saat. Selain kualitas produk, harga juga merupakan salah satu faktor yang disinyalir mempengaruhi tingkat keputusan pembelian konsumen. Pada definisi di atas, peneliti sampai pada pemahaman jika harga dapat memberikan informasi yang membujuk konsumen dengan tujuan untuk menimbulkan terjadinya penjualan terhadap barang atau jasa. Terjadinya penjualan tersebut pasti melalui keputusan pembelian konsumen, sehingga harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu barang atau jasa. Hubungan harga terhadap keputusan pembelian diperkuat dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh Antyadika (2012), dimana harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Penjelasan di atas menunjukkan bahwa faktor kualitas produk dan harga dikatakan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hubungan kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian diperkuat dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh Bonaventura Efrian Antyadika (2012), dimana kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan menjadikan permasalahan yang terjadi sebagai topik penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pada Konsumen Yellow Truck Kafé Bandung)”**

## **1.2. Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti dapat mengidentifikasi dan merumuskan masalah yang dilakukan dalam penelitian ini.

### **1.2.1. Identifikasi Masalah Penelitian**

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang di atas, permasalahan yang teridentifikasi adalah sebagai berikut :

1. Adanya penurunan transaksi pada Yellow Truck Kafe Bandung.
2. Adanya penurunan penjualan 5 bulan terakhir pada Yellow Truck Kafe Bandung.
3. Ketatnya persaingan di antara kafe sejenis.

4. Peringkat Yellow Truck Kafe berada di posisi paling terakhir dibandingkan tempat kafe sejenis.
5. Produk yang ditawarkan terkesan monoton dan kurang menarik perhatian konsumen.
6. Harga Yellow Truck Kafe mahal dibanding dengan kafe sejenis.

### **1.2.2 Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas produk di Yellow Truck Kafé Bandung.
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai harga di Yellow Truck Kafé Bandung.
3. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian konsumen di Yellow Truck Kafé Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen baik secara parsial maupun simultan di Yellow Truck Kafé Bandung.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Tanggapan konsumen mengenai kualitas produk di Yellow Truck Kafé Bandung.
2. Tanggapan konsumen mengenai harga di Yellow Truck Kafé Bandung.

3. Tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian di Yellow Truck Kafé Bandung.
4. Besarnya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen baik secara parsial maupun simultan di Yellow Truck Kafé Bandung.

### **1.3. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini digunakan dengan harapan akan menambah ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang pemasaran, selain itu penulis juga berharap dengan melakukan penelitian ini akan memperoleh hasil yang dapat memberikan manfaat terutama:

#### **1.4.1 Kegunaan Akademis**

1. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap literatur manajemen pemasaran mengenai pengembangan teori yang berkaitan dengan Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian Konsumen.
2. Bagi para peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan referensi dalam penelitian selanjutnya.

#### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

##### **1. Bagi Penulis**

- a. Mengetahui bagaimana tata cara kerja di Yellow Truck Kafe Bandung.

- b. Gambaran tentang penerapan kualitas produk yang dilakukan pihak Yellow Truck Kafe Bandung.
- c. Gambaran tentang penerapan harga yang ditetapkan pihak Yellow Truck Kafe Bandung
- d. Mengetahui tingkat keputusan pembelian konsumen pada Yellow Truck Kafe Bandung.

## **2. Bagi Yellow Truck Kafe Bandung**

Penelitian ini akan menghasilkan suatu kesimpulan dan saran-saran terhadap masalah yang dihadapi perusahaan sebagai suatu masukan dan bahan pertimbangan dalam kualitas produk, harga, terhadap keputusan pembelian konsumen.

## **3. Bagi Pihak Lain**

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi untuk memperkaya cara berfikir dan sebagai bahan referensi tambahan untuk penelitian ilmiah yang akan dilakukan.