

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan bisnis kuliner di Indonesia merupakan fenomena yang sangat menarik untuk kita teliti. Setiap bisnis kuliner, pengusaha dituntut untuk mampu bersaing dan bertahan melawan pesaing, karena kegiatan usaha pada dasarnya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal guna mempertahankan keberadaan usaha kuliner mereka. Banyaknya usaha kuliner yang berlomba untuk mendapatkan konsumen menjadikan kompetisi antar usaha kuliner berlangsung semakin ketat. Persaingan yang sangat ketat tersebut menuntut para pengusaha untuk dapat menentukan langkah yang tepat, yaitu dalam upaya memenuhi kebutuhan konsumen yang selalu berubah-ubah setiap waktu.

Bisnis kuliner yang meliputi usaha jasa makanan dan minuman dapat kita lihat bahwa sudah diatur dalam Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 7 Tahun 2012 mengenai penyelenggaraan kepariwisataan. Peraturan tersebut tertuang dalam pasal 18 yang menjelaskan bahwa usaha jasa makanan dan minuman merupakan usaha penyedia makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penyajian. Usaha jasa makanan dan minuman tersebut meliputi : restoran, restoran waralaba, kafe, pusat penjualan makanan dan minuman (pujasera) dan jasa boga (*cathering*).

Kota Bandung merupakan salah satu kota yang memiliki daya tarik yang tinggi bagi para wisatawan, khususnya pada bidang makanan dan minuman atau

kuliner. Kuliner yang ada dikota Bandung merupakan yang paling diminati oleh pemburu kuliner yang berada didalam maupun luar kota Bandung. Hal inilah yang membuat bisnis kuliner dikota Bandung semakin berkembang. Hal tersebut menjadikan kota Bandung pada tahun 2015 masuk dalam destinasi wisata kuliner di Indonesia yang ditetapkan oleh Kementrian Pariwisata. Dikutip dalam Kompas.com, menyatakan bahwa Kementerian Pariwisata (Kemenpar) terus meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Indonesia, salah satunya dengan menetapkan tiga destinasi wisata kuliner yakni Bali, Bandung dan Joglosemar (Yogyakarta, Solo, Semarang).

Kota Bandung memang terkenal sebagai kota yang banyak menghadirkan beragam kuliner kepada masyarakat. Hampir setiap kuliner yang ada dikota Bandung dapat diterima dan digemari oleh khalayak. Hal ini mendapat perhatian yang serius dari pemerintah Kota Bandung dalam RPJMD (Rancangan Pembangunan Jangka Menengah Daerah) Kota Bandung 2013-2018. Hal ini tertuang dalam Misi 4 yaitu “Membangun perekonomian yang kokoh, maju, dan berkeadilan”, dimana salah satu sasarannya adalah “Berkembangnya sentra industri potensial, industri kreatif, industri kecil menengah, koperasi dan UMK”. Ekspektasi masyarakat global terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif yang sangat tinggi menuntut agresivitas pemerintah dalam menggerakkan relung perekonomian yang sedang berkembang ini. Tiga sektor utama industri ekonomi kreatif yakni fashion, kerajinan dan kuliner secara nyata telah tersedia di Kota Bandung. Hal ini menguatkan bahwa industri kuliner yang ada dikota Bandung menjadi salah satu sektor yang berkontribusi terhadap kemajuan daerah Jawa Barat khususnya kota Bandung. Dibawah ini peneliti sajikan data mengenai

kontribusi subsektor kreatif yang ada dikota Bandung tahun 2018 yang berkontribusi dalam kemajuan perekonomian dikota Bandung sebagai berikut:

Tabel 1.1
Kontribusi Subsektor Industri Kreatif Kota Bandung Tahun 2018

No.	Industr Kreatif	Jumlah	Persentase
1.	Fashion	709.523.063.000	39,14%
2.	Kerajinan	480.720.793.000	26,52%
3.	Kuliner	215.006.989.000	11,82%
4.	Periklanan	120.180.198.000	6,65%
5.	Desain	117.448.830.000	6,51%
6.	Arsitektur	54.527.363.000	3,02%
7.	Penerbitan & Percetakam	44.345.191.000	2,45%
8.	Fotografi	12.324.044.000	0,68%
9.	Musik	12.324.044.000	0,68%
10.	Tv & Radio	13.437.937.000	0,74%
11.	Pasar & Barang Seni	10.925.472.000	0,60%
12.	Layanan Komputer & Piranti Lunak	6.718.968.000	0,37%
13.	R & D	5.375.175.000	0,29%
14.	Aplikasi & Permainan Interaktif	3.359.484.000	0,18%
15.	Seni Pertunjukan	2.821.967.000	0,15%
16.	Film, Animasi dan Video	1.343.794.000	0,08%

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Berdasarkan data pada tabel 1.1 diatas dapat kita lihat bahwa terdapat 16 subsektor industri kreatif dikota Bandung yang berkontribusi terhadap PDB kota Bandung tahun 2018. Berdasarkan hal tersebut, kita lihat bahwa yang peneliti tandai dengan warna hijau merupakan tiga subsektor utama industri ekonomi kreatif, dimana peringkat pertama yaitu industri Fashion, dilanjutkan dengan industri Kerajinan dan yang ketiga yaitu industri Kuliner. berdasarkan data tersebut industri kuliner masuk dalam tiga subsektor utama industri kreatif kota Bandung dengan menduduki peringkat terbawah, artinya bahwa dari ketiga subsektor utama tersebut bahwa industri kuliner masih kalah bersaing dengan kedua industri utama lainnya yakni Fashion dan Kerajinan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada industri kreatif pada bidang Kuliner tersebut.

Kota Bandung terkenal memiliki banyak tempat kuliner yang tersebar di beberapa daerah di dan sekitar kota Bandung. Para pengusaha kuliner harus memiliki ciri khas tersendiri akan kuliner yang mereka pasarkan, agar meraih pangsa pasar yang mereka inginkan. Persaingan bisnis yang semakin dinamis, kompleks dan tidak pasti memacu para pelaku usaha untuk dapat berpikir secara kreatif dan inovatif agar selalu memberikan diferensiasi serta keunggulan bagi perusahaannya. Salah satu daerah kuliner yang terkenal dikota Bandung yakni daerah riau, dago dan cicendo. Berikut ini peneliti menyajikan data mengenai daerah kuliner yang paling populer di dan sekitar Kota Bandung :

Tabel 1.2
Daerah Kuliner Popular di dan Sekitar Kota Bandung

No.	Nama Daerah	Jumlah Tempat Kuliner
1.	Riau	656
2.	Cicendo	342
3.	Dago	301
4.	Buah Batu	275
5.	Sukajadi	265
6.	Braga	247
7.	Andir	202
8.	Sumur Bandung	194
9.	Lembang	174
10.	Ciumbuleuit	158
11.	Astana Anyar	157
12.	Bandung Wetan	152
13.	Pungkur	151
14.	Lengkong	144
15.	Cihampelas	138
16.	Pasirkoja	124
17.	Pasteur	114
18.	Pasir Kaliki	103
19.	Geger Kalong	90
20.	Dago Pakar	66
21.	Sersan Bajuri	61
22.	Cidadap	55
23.	Surapati	51
24.	Cikutra	47
25.	Sarijadi	46

26.	Kiaracandong	42
27.	Margacinta	36
28.	Batununggal	24
29.	Cibiru	19
30.	Ujung Berung	18

Sumber : Zomato.com, Bandung 2019

Berdasarkan tabel 1.2 diatas dapat peneliti simpulkan bahwa terdapat 30 daerah kuliner yang paling populer di dan sekitar Kota Bandung berdasarkan situs Zomato.com. Peringkat pertama ditempati oleh daerah jalan riau kota Bandung dengan jumlah tempat kuliner sebanyak 656. Hal ini memperlihatkan bahwa persaingan industri kuliner di jalan riau sangatlah ketat dan kompetitif. Para pengusaha kuliner harus memperhatikan usahanya agar tidak kalah dengan para pesaing yang sangat banyak dan kompetitif. Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di daerah jalan riau tersebut.

Daerah jalan riau memang terkenal akan wisata kuliner dan fashion dikota Bandung. Peneliti mengutip pada situs TribunJabar.id yang menyatakan bahwa jalan RE Martadinata kota Bandung, atau lebih dikenal dengan sebutan jalan riau sudah tersohor sebagai pusat fashion dan kuliner. Begitu banyak factory outlet, hotel, restoran hingga kafe berjejer sepanjang mulai simpang ahmad yani hingga jalan merdeka, dipertigaan jalan H ir Djuanda (Dago). Sama seperti daerah-daerah lainnya, kawasan Riau ini dulunya dipenuhi oleh bangunan-bangunan berarsitektur Indies peninggalan kolonial Belanda. Laman Lanospace menyebutkan, di zaman kemerdekaan, kawasan ini menjadi perumahan tempat tinggal dan perkantoran TNI AD. Namun seiring berjalannya waktu, kini Jalan Riau telah gegap gempita dan bahkan menjadi tempat yang paling banyak memiliki ragam kuliner dikota Bandung.

Berdasarkan hal tersebut, memperlihatkan bahwa jalan riau memang menjadi salah satu daerah dikota Bandung yang memiliki wisata kuliner yang terkenal dikalangan masyarakat. Dibawah ini peneliti sajikan data mengenai rekomendasi wisata kuliner yang ada dijalan riau sebagai berikut:

Tabel 1.3
Rekomendasi Kuliner Populer dijalan Riau

No.	Nama	Alamat	Rating	Ulasan
1.	Marugamen Udon	LLRE Martadinata street No. 112	4,5	3.219
2.	Pizza Hut	LLRE Martadinata street No. 126	4,5	2.165
3.	Konro Marannu	LLRE Martadinata street No. 189	4,5	1.574
4.	Justus Steak House Cimanuk	Jl. Cimanuk No. 8	4,5	1.901
5.	Bilbao Brasserie	Jl. Cimanuk No. 12	4,5	1.073
6.	Karnivor Restaurant	LLRE Martadinata street No. 127	4,4	7.529
7.	Humming Bird Eatery Bandung	Jl. Progo No. 14	4,4	2.684
8.	De Paviljoen	LLRE Martadinata street No. 68	4,4	2.684
9.	Dakken Restaurant	LLRE Martadinata street No. 67	4,4	2.125
10.	Suis Butcher Steak House	LLRE Martadinata street No. 201	4,3	2.431
11.	Café Bali	LLRE Martadinata street No. 211-215	4,3	2.376
12.	Bakmi Jogja Bengawan	Jl. Taman pramuka No. 183	4,3	1.047
13.	Parit 9 Seafood	Jl. Anggrek No. 61	4,2	3.315
14.	Paviliun Sunda	LLRE Martadinata street No. 97	4,2	2.078
15.	Warung Misbar	LLRE Martadinata street No. 28A	4,2	1.761
16.	Iga Bakar Mas Giri	LLRE Martadinata street No. 118	4,2	1.494
17.	Roemah Nenek	Jl. Tm. Cibeunying sel No. 47	4,2	1.204
18.	Donwoori	Jl. Lombok No.8	4,2	1.184
19.	Mai Suki	LLRE Martadinata street No. 18	4,2	560
20.	Please Please Please Café & Resto	Jl. Progo No. 7	4,1	893
21.	Kedai Belacan Bandung	Jl. Halmahera No. 4	4,1	798
22.	Captain's Seafood	Jl. Soka No. 17	4,1	396
23.	Selera Riau Bandung	LLRE Martadinata street No. 56	4,0	1.260
24.	Warung Sangrai	LLRE Martadinata street No. 63	4,0	166
25.	Nasi Kalong	LLRE Martadinata street No. 102	3,9	1.274
26.	Ma' Uneh	LLRE Martadinata street No. 157	3,9	335

Sumber : Google Maps, 2019

Berdasarkan tabel 1.3 diatas dapat peneliti simpulkan bahwa jumlah kuliner yang direkomendasikan berdasarkan googlemaps.com yakni sebanyak 26 kuliner. Peringkat pertama ditempati oleh Marugamen Udon yang berada dijalan LLRE Martadinata No. 112 Kota Bandung, dengan mendapatkan rating sebesar

4,5 dan ulasan sebanyak 3.219. Kemudian peringkat terendah ditempati oleh rumah makan Ma' Uneh jalan LLRE Martadinata No. 157 Kota Bandung, dengan mendapatkan rating 3,9 dan ulasan sebanyak 335. Hal tersebut mengindikasikan adanya masalah pada rumah makan Ma' Uneh yang dilihat berdasarkan rendahnya rating dan ulasan yang diberikan oleh konsumen.

Rumah makan Ma' Uneh merupakan salah satu rumah makan khas sunda yang ada dikota Bandung. Selain rumah makan Ma' Uneh yang berada dijalan riau, rumah makan Ma' Uneh juga tersebar di beberapa daerah dikota Bandung, diantaranya dijalan Padjajaran dan jalan Setiabudi. Berdasarkan hasil wawancara dengan manajer rumah makan Ma' Uneh jalan riau, menyatakan bahwa rumah makan Ma' uneh memiliki tiga lokasi yang berbeda yaitu yang pertama dijalan padjajaran, yang kedua dijalan setiabudi dan yang ketiga di jalan riau. Kemudian manajer rumah makan Ma' Uneh jalan riau juga mengatakan bahwa rumah makan Ma' uneh dijalan riau merupakan yang paling sedikit pendapatannya dibandingkan yang lain, bahkan rumah makan Ma' uneh yang disetibudi pendapatannya bisa tiga kali lipat dari rumah makan Ma' uneh jalan riau tersebut, walaupun tidak disebutkan besaran perbedaan pendapatannya tersebut. Oleh karena itu peneliti menyajikan data untuk menguatkan penelitian yang dilakukan di rumah makan Ma' Uneh jalan riau tersebut dengan melihat besaran rating dan ulasan ketiga rumah makan Ma' Uneh tersebut, berdasarkan google maps sebagai berikut ini:

Tabel 1.4
Rating Ketiga Rumah Makan Ma' Uneh dikota Bandung

No.	Nama Rumah Makan	Alamat	Rating	Ulasan
-----	------------------	--------	--------	--------

1.	Rumah Makan Ma' Uneh	Jl. Pajajaran, Gg. Terasana No.132	4.2/5	487
2.	Rumah Makan Ma' Uneh	Jl. Dr. Setiabudi No.159	4/5	996
3.	Rumah Makan Ma' Uneh	LLRE Martadinata street No. 157	3.9/5	335

Sumber : Google maps, 2019

Berdasarkan tabel 1.4 diatas memperlihatkan bawah rumah makan Ma' Uneh terdapat di beberapa lokasi dikota Bandung yakni di jalan padjajaran, jalan setiabudi dan jalan riau. Berdasarkan hal tersebut dapat kita lihat bahwa rumah makan Ma' uneh dijalan padjajaran berada pada posisi pertama dengan rating sebesar 4.2 dan ulasan sebanyak 487, sedangkan posisi kedua yakni rumah makan Ma' Uneh dijalan setiabudi dengan rating sebesar 4 dengan ulasan sebanyak 996, dan rumah makan Ma' Uneh jalan riau berada diposisi terbawah diantara rumah makan Ma' Uneh lainnya dengan rating sebesar 3.9 dengan ulasan sebanyak 335. Berdasarkan hal tersebut memperlihatkan adanya indikasi permasalahan pada rumah makan Ma' uneh dijalan riau terseut berdasarkan rendahnya rating dan ulasan yang didapatkan. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk menjadikan rumah makan Ma'Uneh jalan LLRE Martadinata No. 157 atau biasa disebut jalan riau sebagai lokasi penelitian.

Menjaga kelestarian makanan tradisional di tengah gempuran makanan asing sangat penting untuk dilakukan, tidak hanya menjadi bagian yang tak terpisahkan dari budaya, menjaga eksistensi kuliner tradisional serta menempatkannya sejajar atau bahkan lebih tinggi dari kuliner asing, akan memberi dampak yang luas bagi masyarakat. Berdasarkan hal tersebut kemaju di sektor industri kuliner bisa terus maju, diikuti dengan pelestarian budaya

masyarakat sunda melalui makanan khas daerah sehingga tidak hilang ditelan zaman.

Pemasaran tidak hanya menentukan sasaran dan target pasarnya tetapi perusahaan juga harus menciptakan produknya dengan baik. Tugas pemasar ialah memberikan daya tarik kepada konsumen sehingga konsumen mau membeli produk yang kita jual. Berdasarkan dari data yang peneliti peroleh dengan melakukan teknik pengumpulan dengan menggunakan wawancara pada rumah makan Ma' Uneh jalan riau Kota Bandung, didapat informasi berupa jumlah konsumen yang datang selama bulan januari hingga desember tahun 2018 sebagai berikut :

Tabel 1.5
Data Jumlah Konsumen Rumah Makan Ma' Uneh

Tahun	Bulan	Jumlah Konsumen	Keterangan
2018	Januari	3.280	-
2018	Februari	3.033	(-) 247
2018	Maret	3.093	(+) 60
2018	April	2.995	(-) 98
2018	Mei	2.841	(-) 154
2018	Juni	3.090	(+) 249
2018	Juli	2.900	(-) 190
2018	Agustus	3.228	(+) 328
2018	September	2.938	(-) 290
2018	Oktober	3.248	(+) 310
2018	November	2.995	(-) 250
2018	Desember	3.361	(+) 366

Sumber : Rumah Makan Ma' Uneh

Berdasarkan tabel 1.5 diatas dapat peneliti simpulkan bahwa jumlah konsumen yang datang ke rumah makan Ma' Uneh selama bulan januari hingga desember 2018 mengalami ketidakstabilan. Hal tersebut memperlihatkan adanya masalah pada rumah makan Ma' Uneh jalan riau. Penurunan jumlah konsumen yang datang berdampak pada pendapatan di rumah makan Ma' Uneh jalan riau. Berikut ini peneliti sajikan data pendapatan yang diperoleh dari hasil wawancara

di rumah makan Ma' Uneh jalan riau Kota Bandung dari bulan januari hingga desember 2018 sebagai berikut:

Tabel 1.6
Data Pendapatan Rumah Makan Ma' Uneh

Tahun	Bulan	Pendapatan	Target Penjualan	Keterangan
2018	Januari	Rp. 246.500.000	Rp. 300.000.000	(-) Rp. 53.500.000
2018	Februari	Rp. 227.650.000	Rp. 300.000.000	(-) Rp. 72.350.000
2018	Maret	Rp. 232.000.000	Rp. 300.000.000	(-) Rp. 68.000.000
2018	April	Rp. 224.750.000	Rp. 300.000.000	(-) Rp. 75.250.000
2018	Mei	Rp. 213.150.000	Rp. 300.000.000	(-) Rp. 86.850.000
2018	Juni	Rp. 232.000.000	Rp. 300.000.000	(-) Rp. 68.000.000
2018	Juli	Rp. 217.500.000	Rp. 300.000.000	(-) Rp. 82.500.000
2018	Agustus	Rp. 242.150.000	Rp. 300.000.000	(-) Rp. 57.850.000
2018	September	Rp. 220.400.000	Rp. 300.000.000	(-) Rp. 79.600.000
2018	Oktober	Rp. 243.600.000	Rp. 300.000.000	(-) Rp. 56.400.000
2018	November	Rp. 224.750.000	Rp. 300.000.000	(-) Rp. 75.250.000
2018	Desember	Rp. 252.300.000	Rp. 300.000.000	(-) Rp. 47.700.000

Sumber : Rumah Makan Ma' Uneh

Berdasarkan tabel 1.6 diatas dapat peneliti simpulkan bahwa pendapatan pada rumah makan Ma' Uneh mengalami ketidakstabilan, bahkan pada setiap bulannya tidak ada yang mencapai target penjualan yang telah ditetapkan oleh rumah makan Ma' Uneh. Hal tersebut menandakan adanya masalah pada rumah makan Ma' Uneh jalan riau.

Pendapatan yang tidak stabil mengindikasikan terjadinya volume penjualan yang tidak stabil pula. Volume penjualan yang tidak stabil biasanya menunjukkan hasrat beli konsumen yang lemah atau menunjukkan penolakan. Hal tersebut selaras dengan pendapat Fandy Tjiptono (2014:5) yang menyatakan bahwa volume penjualan yang menurun diindikasikan terdapat keputusan pembelian konsumen yang rendah. Berikut ini peneliti sajikan data penguat berupa hasil penelitian pendahuluan mengenai variabel dependen, yang

memperlihatkan bahwa adanya masalah pada keputusan pembelian pada rumah makan Ma' Uneh sebagai berikut:

Tabel 1.7
Hasil Penelitian Pendahuluan Mengenai Variabel Dependen pada Rumah Makan Ma' Uneh

No.	Indikator	Pernyataan	Jawaban Responden					Rata-rata
			SS	S	CS	TS	STS	
1.	Kepuasan Konsumen	Saya sangat puas dengan pelayanan yang diberikan di Ma' Uneh	2	15	13	0	0	3,63
		Saya sangat puas dengan produk yang ditawarkan di Ma' Uneh	4	10	16	0	0	3,6
2.	Keputusan Pembelian	Ma' Uneh menjadi pilihan utama saya dalam membeli makanan	1	3	12	14	0	2,7
		Saya sudah mencari informasi pada beberapa rumah makan sunda di Bandung dan saya memilih Ma' Uneh	2	4	10	11	3	2,7
3.	Loyalitas	Saya akan melakukan pembelian ulang di Ma' Uneh	5	10	15	0	0	3,66
		Saya akan merekomendasikan Ma' Uneh kepada teman-teman dan keluarga saya	4	15	11	0	0	3,76

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2019

Berdasarkan data pada tabel 1.7 diatas dapat peneliti simpulkan bahwa bagian yang ditandai dengan warna kuning merupakan variabel yang diindikasikan mengalami permasalahan. Variabel tersebut yaitu mengenai keputusan pembelian. Hal tersebut menjadikan perusahaan dalam hal ini yaitu rumah makan Ma' Uneh jalan riau perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya.

Keputusan pembelian merupakan hal yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran, minat membeli suatu produk merupakan perilaku dari konsumen yang melandasi keputusan pembelian yang dilakukan. Ketika konsumen telah melakukan keputusan pembeliannya pada salah satu produk yang telah mereka

pertimbangannya dari sekian produk, yang mana produk tersebut tentunya telah dipertimbangkan dari berbagai produk yang ada di usaha rumah makan sunda lainnya. Konsumen dalam hal ini tentunya memeriksa ulang produk yang telah dibeli, jika produk tersebut memiliki keterlibatan yang tinggi. Hal tersebut menjadi suatu kesempatan bagi para pelaku usaha untuk bersaing guna dapat menjadi nilai tambah bagi konsumen untuk memilih dan menentukan pembeliannya untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Tidak mudah bagi usaha rumah makan seperti rumah makan Ma' Uneh jalan riau bersaing ditengah banyaknya jenis kuliner lain dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Maka dari itu perusahaan dalam hal ini khususnya rumah Ma' Uneh jalan riau harus lebih memperhatikan apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen agar bisa mereka penuhi.

Keputusan pembelian dalam hal ini belum tentu menjadi salah satu masalah dari tidak stabilnya penjualan pada rumah makan Ma' Uneh jalan riau, melainkan ada beberapa faktor yang memberikan dampak tidak baik bagi perusahaan. Melihat fenomena yang terjadi, peneliti dalam hal ini tertarik untuk melakukan penelitian pendahuluan mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian di rumah makan Ma' Uneh jalan riau. Hal ini bertujuan untuk mengetahui permasalahan lain dari tidak stabilnya penjualan pada rumah makan Ma' Uneh jalan riau Kota Bandung. Setelah mengetahui permasalahan tersebut, sehingga terlihat bahwa faktor yang menjadi masalah pada rumah makan Ma' Uneh, dapat diperbaiki guna kemandirian dari rumah makan Ma' Uneh tersebut.

Faktor-faktor yang dinyatakan dapat mempengaruhi keputusan pembelian yaitu bauran pemasarannya sendiri yang dimana Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam memutuskan membeli atau tidak pada suatu produk. Hal tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Lupiyoadi (2014:58) yang mana teori tersebut mengatakan bahwa “faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah bauran pemasaran itu sendiri”. Seperti yang kita ketahui bahwa bauran pemasaran atau sering kita dengan dengan sebutan *marketing mix* terdiri dari 7p yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi/tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *process* (proses) dan *physical evidence* (bukti fisik).

Berkenaan dengan fenomena dan teori yang telah peneliti jelaskan dan sajikan tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian pendahuluan mengenai bauran pemasaran (*marketing mix*) yang diberikan kepada 30 responden yang merupakan konsumen rumah makan Ma’ Uneh jalan riau kota Bandung. Penelitian pendahuluan ini mengenai kondisi bauran pemasaran yang ada di rumah makan Ma’ Uneh jalan riau. Berikut ini peneliti sajikan hasil penelitian pendahuluan mengenai bauran pemasaran di rumah makan Ma’ Uneh jalan riau tersebut:

Tabel 1.8
Penelitian Pendahuluan Mengenai Bauran Pemasaran pada Rumah Makan Ma’ Uneh

No.	Indikator	Pernyataan	Jawaban Responden					Rata-rata
			SS	S	CS	TS	STS	
1.	Produk	Produk yang ditawarkan restoran Ma’ Uneh sangat beragam	1	10	10	8	1	3,067
		Lengkapnya produk yang ditawarkan	4	8	11	7	0	3,3

		restoran Ma' Uneh						
2.	Harga	Harga yang ditawarkan restoran Ma' Uneh sangat terjangkau	3	6	10	9	2	2,967
		Harga yang ditetapkan restoran Ma' Uneh sesuai dengan kebutuhan	1	5	14	10	0	2,9
3.	Lokasi	Lokasi restoran Ma' Uneh sangat strategis	3	12	15	0	0	3,6
		Lokasi restoran Ma' Uneh mudah dijangkau	4	9	16	1	0	3,53
4.	Promosi	Promosi yang dilakukan restoran Ma' Uneh secara WOM sangat menarik	0	16	11	3	0	3,43
		Promosi yang dilakukan restoran Ma' Uneh sangat cepat sampai pada konsumen	3	16	7	3	1	3,567
5.	Orang	Pelayanan yang diberikan karyawan restoran Ma' Uneh sangat baik	3	11	12	9	0	3,77
		Karyawan restoran Ma' Uneh selalu berpenampilan rapi dan menarik	3	13	8	6	0	3,43
6.	Proses	Proses pemesanan di restoran Ma' Uneh sangat mudah	8	17	4	1	0	4,04
		Proses pembayaran di restoran Ma' Uneh sangat mudah	4	12	9	3	2	3,43
7.	Bukti Fisik	Fasilitas yang baik di restoran Ma' Uneh	1	14	13	2	0	3,47
		Suasana di restoran Ma' Uneh sangat nyaman	3	11	14	2	0	3,5

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2019

Berdasarkan data pada tabel 1.8 diatas yang merupakan hasil penelitian pendahuluan mengenai bauran pemasran di rumah makan Ma' Uneh. Hasil penelitian pendahuluan yang diberi tanda kuning diindikasikan yang paling

bermasalah. Tabel tersebut menyimpulkan bahwa terdapat permasalahan dari dua variabel, yang pertama yaitu mengenai variabel Produk yang lebih tepatnya pada pernyataan produk yang ditawarkan rumah makan Ma' Uneh, kurang beragam karena dilihat dari hasil rata-rata bahwa nilai dari pernyataan tersebut berada pada kategori kurang baik. Kemudian pernyataan kurang lengkapnya produk yang ditawarkan rumah makan Ma' Uneh, kurang lengkapnya produk dilihat dari hasil rata-rata bahwa nilai dari pernyataan tersebut berada pada kategori kurang baik. Kemudian yang kedua yaitu mengenai variabel Harga yang lebih tepatnya pada pernyataan kurang terjangkau harga yang ditawarkan rumah makan Ma' Uneh, kurang terjangkau harga tersebut dilihat dari hasil rata-rata bahwa nilai dari pernyataan tersebut berada pada kategori kurang baik. Kemudian pernyataan kurang sesuainya harga dengan kualitas produk yang diberikan rumah makan Ma' Uneh, kurang sesuainya harga dengan kualitas tersebut berdasarkan hasil rata-rata bahwa nilai dari pernyataan tersebut berada pada kategori kurang baik.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa terdapat faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu harga. Penelitian terdahulu tersebut yaitu menurut Anggun Setya Ningrum dan Sri Suryoko dalam hasil penelitiannya menyatakan bahwa terdapat pengaruh harga yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hubungan antara harga dengan keputusan pembelian ini diperkuat dengan teori menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2016:519) mengemukakan bahwa harga mempengaruhi keputusan seorang konsumen dalam melakukan pembelian, semakin tinggi harga maka keputusan pembelian semakin rendah, sebaliknya jika

harga rendah keputusan pembelian berubah menjadi semakin tinggi. Hal tersebut juga sesuai dengan hukum permintaan yang berbunyi, makin rendah harga dari suatu barang, maka makin banyak permintaan atas barang tersebut begitu juga sebaliknya. Selain harga, faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu keragaman produk. Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh sanny hanjaya yang hasil penelitiannya menyatakan bahwa keragaman produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan fenomena dan permasalahan yang sudah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada rumah makan Ma' Uneh jalan riau Kota Bandung dengan judul “ **Pengaruh Keragaman Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rumah Makan Khas Sunda Ma' Uneh Jalan Riau** “.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah peneliti uraikan di atas, maka peneliti dapat mengidentifikasi dan merumuskan masalah yang akan dilakukan dalam penelitian ini. Identifikasi dan rumusan masalah mengenai keragaman produk dan harga sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen yang akan diidentifikasi dan dirumuskan berikut ini.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang sudah dipaparkan diatas, maka yang menjadi masalah penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Persaingan industri kuliner di jalan riau sangat banyak dan kompetitif
2. Rumah makan Ma' Uneh mendapat rating terendah berdasarkan rekomendasi kuliner di jalan riau
3. Jumlah konsumen rumah makan Ma' Uneh tidak stabil
4. Pendapatan rumah makan Ma' Uneh tidak stabil
5. Kurangnya keputusan pembelian pada rumah makan Ma' Uneh
6. Kurang beragamnya produk yang ditawarkan rumah makan Ma' Uneh
7. Kurang lengkapnya produk yang ditawarkan rumah makan Ma' Uneh
8. kurang terjangkau harga yang ditawarkan rumah makan Ma' Uneh
9. kurang sesuainya harga yang ditawarkan rumah makan Ma' Uneh dengan kebutuhan konsumen

1.2.2 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai Keragaman Produk yang ditawarkan pada rumah makan Ma' Uneh
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai Harga yang ditawarkan pada rumah makan Ma' Uneh
3. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian di rumah makan Ma' Uneh

4. Seberapa besar pengaruh Keragaman Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada rumah makan Ma' Uneh

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diajukan maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji :

1. Tanggapan konsumen mengenai Keragaman Produk yang ditawarkan oleh rumah makan Ma' Uneh
2. Tanggapan konsumen mengenai Harga yang ditawarkan oleh rumah makan Ma' Uneh
3. Tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian di rumah makan Ma' Uneh
4. Besarnya Pengaruh Harga dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada rumah makan Ma' Uneh

1.4 Kegunaan Penelitian

Peneliti mengharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat bukan hanya bagi peneliti, tetapi penelitian ini juga berguna bagi mereka yang membacanya, terutama yang ingin melakukan penelitian pengembangan yang berkaitan dengan keragaman produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan Teoritis yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dapat memperkaya konsep perkembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya yang terkait dengan pengaruh Keragaman Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.
2. Dapat mengetahui definisi serta pengaruh Keragaman Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis yang dapat diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi penulis
 - a. Peneliti dapat mengetahui tingkat keragaman produk yang ada pada rumah makan Ma' Uneh.
 - b. Peneliti dapat mengetahui tingkat harga pada rumah makan Ma' Uneh.
 - c. Peneliti dapat mengetahui unsur-unsur yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian pada rumah makan Ma' Uneh.
2. Bagi perusahaan
 - a. Sebagai upaya untuk mengembangkan keragaman produk pada rumah makan Ma' Uneh.
 - b. Sebagai upaya untuk mengevaluasi harga yang ditetapkan oleh rumah makan Ma' Uneh.
 - c. Sebagai upaya untuk mengevaluasi unsur-unsur yang dipilih oleh konsumen dalam melakukan keputusan pembelian pada rumah makan Ma' Uneh.
3. Bagi pihak lain

- a. Menjadi bahan atau referensi untuk mengetahui dan memahami mengenai pengaruh keragaman produk dan harga terhadap keputusan pembelian.
- b. Hasil penelitian ini dijadikan informasi yang bermanfaat untuk para pembaca yang akan melakukan penelitian pada bidang yang sama.

