

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia bisnis di era globalisasi saat ini mengalami pertumbuhan pesat, terutama di sektor industri jasa makanan dan minuman. Sektor kuliner merupakan salah satu bidang usaha yang memiliki potensi besar dan peluang yang menjanjikan karena makanan merupakan kebutuhan primer manusia yang harus dipenuhi setiap hari dan menjadi salah satu penyumbang pertumbuhan tertinggi dalam struktur ekonomi nasional. Data badan pusat statistik menunjukkan bahwa subsektor makanan dan minuman terus bertumbuh dan menjadi penggerak utama ekonomi kreatif indonesia. Pertumbuhan ini dipengaruhi oleh meningkatnya mobilitas Masyarakat, perubahan gaya hidup, serta meningkatnya preferensi konsumen terhadap makanan yang tidak hanya lezat tetapi juga terjangkau, mudah dijangkau, dan konsisten kualitasnya. Persaingan usaha kuliner pun semakin intens, membuat setiap pelaku usaha perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi pilihan konsumen dalam menentukan tempat makan.

Perkembangan sektor kuliner ini juga terlihat di Provinsi Jawa Barat. Sebagai salah satu provinsi dengan jumlah penduduk terbesar dan destinasi wisata unggulan, Jawa Barat mencatat pertumbuhan signifikan pada sektor penyediaan makan dan minum kota dan kabupaten wilayah ini bersaing menyajikan kuliner khas yang menjadi daya Tarik wisatawan. Selain itu, Masyarakat Jawa Barat memiliki karakter konsumen yang cukup selektif,

terutama terkait rasa, harga yang sesuai, serta Lokasi rumah makan yang mudah dijangkau. Oleh sebab itu, usaha kuliner yang beroperasi di provinsi jawa barat dituntut untuk mampu menyesuaikan strategi pemasarannya dengan preferensi konsumen setempat.

Perkembangan tersebut juga tercermin di kabupaten Garut. Dalam beberapa tahun terakhir, jumlah rumah makan , kafe dan usaha kuliner terus meningkat. Kabupaten garut dikenal dengan aneka kuliner lokal seperti nasi liwet dan makanan khas lainnya, yang turut mendorong bertambahnya pelaku usaha kuliner. Persaingan yang semakin ketat ini menyebabkan pelaku usaha perlu memperhatikan berbagai aspek yang memengaruhi Keputusan pembelian agar mampu bertahan dan bersaing, berdasarkan data publikasi statistik daerah dan laporan dinas terkait, sektor penyediaan makan dan minum di garut terus bertumbuh, memperlihatkan bahwa pasar kuliner di daerah ini cukup dinamis dan potensial.

Keputusan pembelian merupakan suatu proses di mana konsumen mengenali kebutuhan, mencari informasi mengenai produk, melakukan evaluasi terhadap alternatif yang ada, hingga akhirnya memutuskan untuk membeli suatu produk yang dianggap paling sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Menurut **Sektiyaningsih, I. S., & Febriarhamadini, R. (2024)**., keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kualitas produk, harga, lokasi, promosi, dan faktor psikologis konsumen. Dalam industri rumah makan, keputusan pembelian sangat erat kaitannya dengan persepsi konsumen terhadap mutu makanan, harga yang ditawarkan, serta kemudahan akses menuju lokasi usaha.

Faktor pertama yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah kualitas produk. Kualitas produk mencerminkan sejauh mana produk mampu memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Dalam bisnis kuliner, kualitas produk meliputi aspek cita rasa, kebersihan, penyajian, bahan baku, dan konsistensi rasa dari setiap hidangan. Menurut **Tjiptono (2019)**, produk dengan kualitas yang baik akan menciptakan kepuasan konsumen, meningkatkan kepercayaan, serta mendorong pembelian ulang. Konsumen yang merasa puas terhadap kualitas makanan cenderung loyal dan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain, sehingga dapat memperluas pangsa pasar rumah makan tersebut.

Faktor kedua adalah harga. Harga merupakan elemen penting dalam bauran pemasaran (marketing mix) yang memiliki peranan langsung terhadap keputusan pembelian konsumen. Menurut **Kotler dan Armstrong (2017)**, harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa. Dalam konteks rumah makan, harga yang dianggap sesuai dengan kualitas makanan dan pelayanan yang diterima akan menciptakan persepsi nilai yang positif. Sebaliknya, harga yang terlalu tinggi tanpa diimbangi dengan kualitas yang sepadan dapat mengurangi minat beli konsumen. Oleh karena itu, penentuan harga yang tepat dan kompetitif menjadi strategi penting dalam menarik dan mempertahankan pelanggan,

Faktor ketiga yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah lokasi. Lokasi yang strategis merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan usaha, karena berhubungan dengan kemudahan konsumen dalam mengakses produk atau jasa yang ditawarkan. Lokasi yang mudah dijangkau, memiliki

area parkir yang memadai, serta lingkungan yang nyaman akan meningkatkan kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian. Menurut **Lupiyoadi (2016)**, lokasi yang tepat dapat menciptakan kemudahan bagi pelanggan, meningkatkan kunjungan, dan berkontribusi terhadap peningkatan penjualan.

Rumah makan Kejo Comot banyuresmi merupakan salah satu usaha kuliner yang beroperasi di Kabupaten Garut. Rumah makan ini beralamatkan, di JL. KH. Hasan Arief no.45, Kp. Cintarama, Des. Sukasenang, Kec. Banyuresmi, Kab. Garut, Jawa Barat, 44191. Rumah makan ini menawarkan berbagai menu makanan cita rasa khas sunda dengan racikan sederhana mengandalkan resep rumahan dan harga yang terjangkau. Namun, seiring dengan meningkatnya jumlah usaha kuliner di daerah tersebut, Kejo Comot dihadapkan pada tantangan untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah konsumennya. Persaingan dengan rumah makan lain menuntut manajemen untuk memahami faktor-faktor yang paling memengaruhi keputusan pembelian konsumen agar strategi pemasaran yang diterapkan dapat lebih tepat sasaran.

Tabel 1.1 Varian Menu di Rumah Makan Kejo Comot 2025

Varian Menu	Harga
Timbel Komplit	Rp.25.000 – Rp.90.000
Liwet Komplit	Rp.60.000 – Rp. 190.000
Nasi Tutug Oncom	Rp.15.000
Nasi Goreng Ayam	Rp.25.000
Nasi Bakar Daging Sapi	Rp.25.000
Gurame Bakar	Rp.80.000 – Rp.90.000

Sumber : Diolah Peneliti, 2025

Tabel 1.2 Perusahaan Sejenis dengan Rumah Makan Kejo Comot

No	Pesaing	Rating	Alamat
1.	Rumah Makan Kejo Comot	4,3	Jl. Hasan Arief No.45, Kp. Banyuresmi, Kab. Garut, Jawa Barat, 44191
2.	Rumah Makan Putra Cangkuang	4,4	Jl. Prof. Kh. Anwar Musaddad Des. Sukamukti, Kec. Banyuresmi, Kab.Garut, Jawa Barat 44191
3.	Warung Nasi Sederhana jaya 5	4,8	Jl. Hasan Arief , Sukaratu , Kec.Banyuresmi, Kab.Garut. Jawa Barat 44191
4.	RM saung palem Sukasenang	4,9	Jl. Hasan Arief, Sukaratu, Kec. Banyuresmi, Kab. Garut, Jawa Barat 44191
5.	Rumah Makan Bebek Nyileuk	3,3	Jl. Hasan Arief, Des. Sukamukti, Kec. Banyuresmi, Kab. Garut, Jawa Barat, 44191

Sumber : Diolah Peneliti, 2025

Tabel 1.2 menunjukkan beberapa rumah makan sejenis yang berada di sekitar Rumah Makan Kejo Comot beserta rating penilaian konsumen, di mana Rumah Makan Kejo Comot memiliki rating 4,3 dan menghadapi persaingan dengan rumah makan terdekat yang memiliki rating lebih tinggi.

Di bawah ini peneliti menguraikan tabel Pra-Survey untuk melihat Kepuasan Konsumen terhadap Rumah Makan Kejo Comot, yang dilakukan kepada 23 responden, Sebagai berikut:

Tabel 1.3 Tabel Pra-Survey Di Rumah Makan Kejo Comot

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Rata-rata	Kriteria
1.	Saya merasa produk yang tersedia di rumah makan kejo comot lebih menarik diandingkan	26,1%	43,5%	26,1%	4,3 %	0%	3,91%	Baik

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Rata-rata	Kriteria
	tempat lain							
2.	Saya percaya bahwa kejo comot adalah tempat makan yang tepat untuk saya pilih	13,0%	17,4%	56,6%	13,0%	0%	3,30%	Cukup
3.	Saya merasa proses pembelian di kejo comot mudah dilakukan	30,4%	43,5%	4,3%	17,4%	4,3%	3,78%	Baik
4.	Saya memutuskan waktu pembelian makanan di kejo comot sesuai keinginan saya	27,3%	31,8%	22,7%	13,6%	4,5%	3,65%	Baik
5.	Saya membeli makanan di kejo comot dalam jumlah yang sesuai dengan kebutuhan saya	8,7%	56,5%	21,7%	13,0%	0%	3,61%	Baik
6.	Saya merasa metode pembayaran yang disediakan kejo comot cukup memudahkan saya	50,0%	27,3%	9,1%	9,1%	4,5%	4,13%	Baik

Sumber : Diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil kuesioner sementara yang telah disebarkan kepada 23 responden, masih ditemukan permasalahan yang berkaitan dengan Keputusan

pembelian konsumen. Hal ini terlihat dari rendahnya nilai rata-rata pada indikator Keputusan pembelian yaitu :

1. Kemantapan dalam memilih produk

Berdasarkan tabel 1.2 terdapat 56,6% responden menyatakan kurang setuju terhadap pernyataan “Saya percaya bahwa Kejo Comot adalah tempat yang tepat untuk saya pilih”. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Tingkat kepercayaan konsumen terhadap kejo comot sebagai pilihan tempat makan masih tergolong rendah. Kondisi ini mengindikasikan bahwa Kejo Comot belum sepenuhnya dianggap mampu memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen secara konsisten, sehingga menimbulkan keraguan dalam menentukan Kejo Comot sebagai pilihan utama. Rendahnya Tingkat kepercayaan ini mendorong konsumen untuk mempertimbangkan alternatif rumah makan lain sebelum mengambil Keputusan pembelian.

2. Pembelian berdasarkan pertimbangan yang matang

Berdasarkan tabel 1.2 terdapat 31,8% responden yang menyatakan bahwa Keputusan pembelian dilakukan berdasarkan pertimbangan yang matang dan sesuai dengan keinginan konsumen. Kondisi ini menunjukkan bahwa konsumen masih mengalami keraguan dalam mengevaluasi produk sebelum melakukan pembelian. Keraguan tersebut berkaitan dengan penilaian terhadap kualitas rasa, porsi, serta kesesuaian harga dengan nilai yang diterima konsumen. Akibatnya, konsumen cenderung menunda Keputusan pembelian atau membandingkan Kejo Comot dengan rumah makan lain sebelum memutuskan untuk membeli.

Berdasarkan permasalahan yang ada, peneliti menemukan sejumlah hambatan dalam Keputusan pembelian di Rumah Makan Kejo Comot yang diduga dipengaruhi oleh beberapa indikator berikut:

1. Citarasa

Berdasarkan hasil pengamatan awal, citarasa menu yang disajikan diduga belum sepenuhnya mampu memenuhi ekspektasi seluruh konsumen. Hal ini dapat dilihat dari adanya perbedaan penilaian konsumen terhadap kelezatan, komposisi bumbu, serta konsistensi rasa antar menu maupun antar waktu penyajian. Kondisi tersebut berpotensi menurunkan Tingkat kepuasan konsumen, sehingga memengaruhi minat konsumen dalam melakukan pembelian ulang.

2. Kedekatan dengan Keramaian

Kedekatan Lokasi rumah makan dengan pusat keramaian menjadi faktor pendukung dalam menarik minat konsumen untuk berkunjung dan melakukan pembelian. Namun, rumah makan Kejo Comot dinilai belum sepenuhnya berada di Lokasi yang dekat dengan area beraktivitas tinggi, seperti pusat perkantoran, Pendidikan, atau Kawasan lalu lintas ramai. Kurangnya intensitas keramaian di sekitar Lokasi menyebabkan Tingkat visibilitas rumah makan menjadi rendah, sehingga peluang konsumen untuk melakukan Keputusan pembelian menjadi terbatas.

Penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian telah banyak dilakukan pada berbagai usaha kuliner, khususnya restoran berskala besar dan waralaba. Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji rumah makan lokal atau UMKM kuliner masih terbatas,

terutama di wilayah kecamatan seperti Rumah Makan Kejo Comot Banyuresmi Kabupaten Garut.

Selain itu, penelitian terdahulu belum sepenuhnya mengkaji kualitas produk, harga, dan lokasi secara komprehensif sesuai karakteristik rumah makan lokal. Kualitas produk umumnya diukur secara umum tanpa mempertimbangkan konsistensi rasa dan porsi, harga belum dikaitkan dengan nilai yang dirasakan konsumen, serta lokasi masih berfokus pada aspek jarak tanpa memperhatikan kemudahan akses dan kenyamanan. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang lebih kontekstual untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Kejo Comot Banyuresmi Kabupaten Garut.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan , maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh kualitas produk, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Kejo Comot Banyuresmi Kab.garut”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berikut adalah rumusan masalah yang didasarkan pada latar belakang yang telah dipaparkan:

1. Bagaimana Gambaran Umum Rumah makan Kejo Comot?
2. Bagaimana pelaksanaan Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di rumah Makan Kejo Comot?
3. Seberapa besar pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah makan Kejo Comot?

4. Seberapa besar pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Kejo Comot?
5. Seberapa besar pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Kejo Comot?
6. Seberapa besar pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Kejo Comot?
7. Apa saja Hambatan yang Dihadapi serta Upaya yang dilakukan oleh Rumah Makan Kejo Comot dalam meningkatkan Keputusan pembelian konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut adalah tujuan dari penelitian ini yang dituangkan dalam masalah penelitian yang diajukan:

1. Untuk mengetahui gambaran umum Rumah Makan Kejo Comot.
2. Untuk mengetahui pelaksanaan Kualitas produk, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan pembelian konsumen di rumah makan Kejo Comot.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Kejo Comot.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Kejo Comot.
5. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Kejo Comot.
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Kejo Comot.

7. Untuk mengetahui hambatan yang dihadapi serta Upaya yang dilakukan oleh Rumah makan Kejo Comot dalam meningkatkan Keputusan pembelian konsumen.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat untuk:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat serta menjadi acuan, referensi, dan konseptual bagi peneliti dengan konsep yang sejenis dalam pengembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan tentang Ilmu Administrasi Bisnis terutama khususnya dalam pemasaran yang berkaitan dengan Pengaruh kualitas produk, harga dan Lokasi terhadap Keputusan pembelian pada rumah makan Kejo Comot.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan diantaranya:

- a. Bagi peneliti

Penelitian ini memberikan peneliti kesempatan untuk memperdalam pemahaman mengenai teori pemasaran, khususnya terkait kualitas produk, harga, dan Lokasi dalam memengaruhi Keputusan pembelian konsumen. Selain itu, penelitian ini menjadi pengalaman empiris yang dapat meningkatkan kemampuan analisis data, penyusunan instrument penelitian, serta pengambilan Kesimpulan berdasarkan bukti kuantitatif.

- b. Bagi Objek Penelitian

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan evaluasi strategis bagi manajemen rumah makan Kejo Comot dalam mengidentifikasi kelemahan dan kelebihan pada aspek kualitas produk, kebijakan harga, dan kondisi Lokasi. Informasi ini membantu Perusahaan merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan daya saing, serta merancang perbaikan layanan yang dapat mendorong loyalitas dan peningkatan jumlah pembeli.

c. Bagi konsumen

Penelitian ini memberikan manfaat tidak langsung bagi konsumen melalui peningkatan kualitas produk dan pelayanan akibat perbaikan yang dilakukan pihak rumah makan berdasarkan hasil penelitian. Konsumen dapat merasakan pengalaman makan yang lebih nyaman, produk yang lebih sesuai dengan selera, serta harga yang lebih sebanding dengan nilai yang diterima, sehingga kebutuhan dan ekspektasi mereka lebih terpenuhi.

1.5 Lokasi dan Lamanya penelitian

1. Lokasi

Penelitian ini dilakukan di Rumah makan Kejo Comot yang berada di Jl.H.hasan Arief No.45, Desa Sukasenang, Kecamatan Banyuresmi, Kabupaten garut, Jawa Barat, 44191.

2. Lamanya Penelitian

Lamanya penelitian ini untuk mengumpulkan data, mengelola data, Menyusun data yang menjadi sebuah laporan hingga sidang skripsi yaitu selama 7 bulan.

