BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini perkembangan situasi perekonomian semakin pesat, terlebih pada era globalisasi seperti saat sekarang ini dimana perubahan teknologi dan arus informasi yang semakin cepat mendorong timbulnya laju persaingan dalam dunia bisnis. Hal ini mendorong para pelaku bisnis untuk berfikir cermat dan terus melakukan inovasi yang dapat terus berkembang dan diterima oleh masyarakat sehingga mampu bersaing di dunia bisnis dan mampu mempertahankan para pelanggannya.

Setiap bisnis yang dijalankan bertujuan untuk mendapatkan laba yang sebesar-besarnya, namun dalam aspek pemasaran ada hal lain yang lebih diutamakan yaitu keputusan konsumen untuk membeli produk yang dibuat oleh perusahaan tersebut. Dengan adanya keputusan yang diambil oleh konsumen untuk membeli produk tersebut maka selanjutnya akan terciptalah suatu kepuasan yang dirasakan oleh konsumen ataupun sebaliknya.

Dalam bisnis kuliner, salah satu faktor penting yang akan menentukan bisnis tersebut dapat dikatakan berkembang atau tidaknya adalah keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Semakin banyak orang yang berkunjung ke bisnis tersebut, maka dapat dikatakan bisnis tersebut berjalan dengan baik. Keputusan konsumen untuk membeli suatu produk diduga muncul dikarenakan faktor pelayanan yang baik serta keunikan dari produk tersebut. Sistem pelayanan yang

baik yang diberikan pihak perusahaan kepada konsumen merupakan salah satu hal yang menyebabkan para konsumen ingin membeli produk serta berkunjung kembali ke tempat tersebut. Selain sistem pelayanan yang baik, keunikan dari produk tersebut juga menjadi salah satu faktor yang menyebabkan keputusan membeli seorang konsumen. Dengan membeli suatu produk yang unik atau berbeda dari yang lain diharapkan kepuasan konsumen tercukupkan sehingga akan menyebabkan kepuasan yang maksimal pada diri konsumen itu sendiri.

Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat (Kotler, 2002). Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2008:181), keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai dari berbagai alternatif yang ada, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian.

Bisnis boga atau yang lebih sering kita dengar dengan nama kuliner memang menjadi primadona para pelaku bisnis untuk saat ini. Dan untuk beberapa tahun belakangan ini, bisnis tersebut merupakan bisnis yang marak khususnya di kota-kota besar salah satunya adalah kota Medan. Maraknya bisnis kuliner di kota Medan disambut positif oleh masyarakat- masyarakat di daerah tersebut. Selain memang manusia yang membutuhkan makanan setiap harinya, kuliner yang dibalut dengan kreatifitas yang tinggi serta pelayanan yang baik yang diberikan pihak restoran kepada para konsumennya juga dapat menciptakan keinginan

konsumen untuk membeli berbagai macam olahan kuliner yang mereka jajakan serta dapat membuat konsumen ingin berkunjung kembali ke restoran tersebut.

Salah satu faktor yang menyebabkan keputusan pembelian konsumen adalah faktor pelayanan yang baik. Bukti fisik *(tangible)* yang diberikan oleh pihak restoran kepada para konsumennya diyakini mampu menarik minat pengunjung untuk berkunjung ke restoran tersebut serta membeli produk yang ditawarkan. Bukti fisik (*tangible)* tersebut meliputi penampilan pegawai yang rapi, teknologi yang digunakan restoran tersebut dalam mengolah makanan, peralatan makan yang digunakan serta pelayanan jasa parkir yang membuat para pengunjung tertarik untuk berkunjung ke restoran tersebut.

Kualitas layanan adalah bentuk aktualisasi nyata secara fisik dapat terlihat atau digunakan oleh pegawai sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan membantu pelayanan yang diterima oleh orang yang menginginkan pelayanan, sehingga puas atas pelayanan yang dirasakan, yang sekaligus menunjukkan prestasi kerja atas pemberian pelayanan yang diberikan (Parasuraman, 2001:32)

Selain kualitas pelayanan dengan bukti fisik *(tangible),* yang menjadi salah satu faktor yang menyebabkan keputusan pembelian konsumen adalah keunikan dari produk tersebut. Dengan adanya keunikan yang ditonjolkan suatu restoran kepada para pengunjung dapat membuat para pengunjung memutuskan untuk membeli produk tersebut serta menimbulkan rasa ingin kembali lagi ke restoran tersebut. Keunikan produk yang ditonjolkan oleh suatu restoran tidak hanya

dilihat dari segi rasanya saja melainkan bisa juga dilihat dari segi bentuk *(packaging)* serta cara penyajiannya.

Menurut Rosnani (2009:9) keunikan produk adalah sesuatu yang mengidentikkan barang atau jasa tertentu yang dapat menimbulkan suatu persepsi seseorang terhadap barang atau jasa tersebut. Sehingga dengan adanya keunikan produk yang dibuat oleh suatu restoran, maka akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh konsumen.

Sebuah restoran yang mengalami fenomena bukti fisik *(tangiable),* keunikan produk serta keputusan pembelian seperti penjelasan diatas adalah Restoran Resep Nenek Moyangku Medan. Restoran Resep Nenek Moyangku yang bertempat di Jalan Teuku Umar No. 3E Medan ini mengusung konsep yang sangat berbeda dari restoran biasanya. Jika restoran lain hanya menyajikan menu yang biasa, maka berbeda hal nya dengan restoran Resep Nenek Moyangku ini. Selain menu yang menjadi andalan di restoran ini, konsep yang diusung restoran ini juga terbilang cukup unik. Konsep yang dibuat oleh pemilik restoran ini membuat kita sedikit bernostalgia dengan suasana zaman dahulu sehingga sangat cocok untuk semua kalangan.

Restoran Resep Nenek Moyangku ini berdiri sejak tahun 2013 lebih tepatnya pada tanggal 13 Desember 2013. Pemilik restoran ini mengatakan bahwa restoran ini didirikan dengan mengusung konsep yang sangat berbeda dari restoran lainnya. Dikarenakan konsep yang diusung merupakan konsep *"tempoe doloe"*. Banyak *spot- spot* lucu dan unik yang diusung restoran ini, sehingga para pengunjung dapat mengabadikan momen bersama orang- orang terkasih mereka

untuk berfoto di *spot* tersebut. Selain konsep yang unik, restoran ini juga tidak lupa menghadirkan makanan ataupun minuman yang unik pula seperti :

- Nasi kakek
- Nasi nenek
- Nasi 3 generasi
- Kue cubit berbagai rasa
- Minuman Aquarium
- Minuman dodot
- Minuman awet muda

Berbagai macam menu yang disajikan diatas merupakan hanya sebagian menu unik yang ditampilkan. Masih banyak lagi menu yang ditawarkan restoran Resep Nenek Moyangku ini yang pastinya enak dan *recommended.*

Selain keunikan produk yang ditawarkan oleh restoran Resep Nenek Moyangku ini, keunggulan lain yang dimiliki oleh restoran ini adalah dari segi pelayanannya. Bukti fisik *(tangible)* yang ditonjolkan oleh restoran ini membuat para pengunjung memutuskan untuk datang dan membeli makanan ataupun minuman yang ditawarkan. Beberapa bukti fisik yang ditawarkan oleh restoran ini adalah para pegawai yang bertugas untuk menawarkan menu kepada para pelanggan memiliki penampilan yang bagus serta menarik dimata para konsumen. Pegawai pria yang memiliki wajah yang ganteng serta pegawai wanita yang memiliki paras yang cantik ternyata mampu membuat para pengunjung untuk berkunjung kembali ke restoran tersebut. Selain penampilan para pegawai yang

menjadi perhatian pengunjung, hal lain yang menjadi faktor keputusan membeli konsumen adalah servis yang diberikan pihak restoran kepada para konsumen. Dengan sikap ramah tamah yang ditunjukkan oleh para pegawai membuat para pengunjung betah untuk berlama- lama di restoran tersebut dan memutuskan untuk kembali lagi ke restoran tersebut.

Dengan berbagai macam keunikan dan bukti fisik yang dimiliki oleh restoran tersebut maka tidak heran restoran ini dapat dihadiri oleh pengunjung sekitar 2100 orang perminggunya.

Dari uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Bukti Fisik *(Tangible)* dan Keunikan Produk terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Resep Nenek Moyangku Medan".**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh Bukti Fisik *(Tangible)* terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Resep Nenek Moyangku di jalan Tengku Umar No. 3E Medan?
2. Bagaimana pengaruh Keunikan Produk terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Resep Nenek Moyangku di Jalan Tengku Umar No. 3E Medan?
3. Bagaimana pengaruh Bukti Fisik *(Tangible)* dan Keunikan Produk terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Resep Nenek Moyangku di Jalan Tengku Umar No. 3E Medan?

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas dan untuk menghindari pembahasan yang terlalu luas, maka penulis membatasi masalah penelitian ini pada pengaruh Bukti Fisik *(Tangible)* dan Keunikan Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Resep Nenek Moyangku di Jalan Tengku Umar No. 3E Medan.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh Bukti Fisik *(Tangible)* terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Resep Nenek Moyangku di Jalan Tengku Umar No. 3E Medan?
2. Apakah terdapat pengaruh Keunikan Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Resep Nenek Moyangku di Jalan Tengku Umar No. 3E Medan?
3. Apakah terdapat pengaruh Bukti Fisik *(Tangible)* dan Keunikan Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Resep Nenek Moyangku di Jalan Tengku Umar No. 3E Medan?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Bukti Fisik *(Tangible)* terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Resep Nenek Moyangku di Jalan Tengku Umar No. 3E Medan.

2. Untuk mengetahui pengaruh Keunikan Produk terhadap Keputusan Pembelian para Restoran Resep Nenek Moyangku di Jalan Tengku Umar No. 3E Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh Bukti Fisik *(Tangible)* dan Keunikan Produk terhadap Keputusan Pembelian para Restoran Resep Nenek Moyangku di Jalan Tengku Umar No. 3E Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

   Penambahan wawasan, pemahaman dan pengetahuan serta sebagai pengembangan penulis mengenai ilmu yang diperoleh selama proses perkuliahan khususnya mengenai keputusan pembelian konsumen.
2. Bagi perusahaan

   Memberikan ide- ide baru bagi perusahaan khususnya mengenai bukti fisik dan keunikan produk terhadap keputusan pembelian konsumen sehingga perusahaan diharapkan dapat berkembang lebih baik lagi kedepannya.
3. Bagi UNIMED

   Sebagai tambahan literatur pembelajaran di perpustakaan UNIMED khususnya di bidang pemasaran.
4. Bagi peneliti lain

   Sebagai bahan acuan dan menjadi bahan pertimbangan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

THE Character Building UNIVERSITY