

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kepulauan Riau memiliki potensi laut yang sangat luas tentunya memberikan peluang besar bagi pelaku usaha dalam bidang pemanfaatan sumberdaya laut. Karena semua hasil laut selain mengandung nilai gizi yang tinggi juga memiliki nilai ekonomis tinggi. Ini merupakan salah satu hal yang mendorong banyaknya pelaku usaha yang tertarik untuk membuka usaha dibidang kuliner yaitu rumah makan seafood, sehingga memicu terjadinya persaingan di dalam dunia bisnis.

Zaman globalisasi saat ini banyak sekali kemajuan dan perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis. Adapun perubahan yang terjadi ditandai dengan pola pikir masyarakat yang berkembang, kemajuan teknologi, dan gaya hidup yang tidak lepas dari pengaruh globalisasi. Pengaruh dari perkembangan zaman yaitu banyak sekali bermunculan produk barang dan jasa yang serupa dengan, menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan dari masing-masing produk dan jasa tersebut. Hal ini membuat konsumen mempunyai banyak alternatif pilihan dalam menggunakan produk barang dan jasa yang ditawarkan oleh produsen sehingga terjadi persaingan dalam pemasaran produk.

Kesuksesan suatu perusahaan ditentukan dari strategi yang di pilih oleh perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu, masing-masing perusahaan harus memiliki nilai tambah tersendiri agar terlihat berbeda dengan yang lainnya sehingga memunculkan minat dan ketertarikan bagi konsumen. Saat ini usaha yang mampu menimbulkan ketertarikan dan minat tinggi konsumen di kepulauan riau salah

satunya adalah usaha rumah makan seafood. Berikut data penjualan restoran seafood Sei. Ladi Januari 2022-Desember 2022.

Tabel 1.1
Data Penjualan Restoran *Seafood* Sei. Ladi Tahun 2022

Bulan	Penjualan bulanan (Volume penjualan)	Data Konsumen Per-Bulan
Januari	Rp 48.500.000	1.200
Februari	Rp 44.570.000	1.200
Maret	Rp 45.660.000	1.200
April	Rp 43.860.000	1.200
Mei	Rp 38.558.000	1.200
Juni	Rp 42.670.000	1.200
Juli	Rp 39.560.000	1.200
Agustus	Rp 43.850.000	1.200
September	Rp 52.585.000	1.200
Oktober	Rp 43.650.000	1.200
November	Rp 54.600.000	1.200
★ Desember	Rp 55.850.000	1.200
Total	Rp 553.913.000	14.400

Sumber : (Data Penjualan Restoran *Seafood* Sei. Ladi Tahun, 2022)

Dari tabel 1.1 dapat dijelaskan bahwa, pendapatan restoran *seafood* Sei.Ladi ini mengalami naik turun dikarenakan beberapa faktor, seperti lokasi yang jauh dari kota dan juga faktor kualitas produk yang kurang banyak stok serta, menunya hampir sama dengan restoran *seafood* lainnya. Tetapi ada juga faktor lainnya yang membuat restoran *seafood* Sei.Ladi ini terkenal yaitu karena ciri khas dan rasa nya yang berbeda dari restoran *seafood* lainnya. Faktor Tempat juga menjadi salah satu faktor pendukung untuk restoran *seafood* Sei. Ladi karena, restoran terletak di sekitar laut, sehingga membuat para konsumen tertarik dan merasa nyaman.

Keputusan pembelian yang tinggi akan menjadikan makanan yang ada di restoran *seafood* Sei. Ladi cepat terjual. Dengan adanya keputusan pembelian yang

tinggi tentu saja akan meningkatkan pendapatan penjualan dan tercapainya target penjualan, sehingga keuntungan perusahaan ikut meningkat.

Menurut Gotomo dan Wahyudi (2017) keputusan pembelian konsumen merupakan perilaku konsumen yang akan menentukan konsumen dalam menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembeliannya, proses tersebut merupakan sebuah pendekatan atas penyesuaian masalah yang terdiri dari lima tahapan yang dilakukan konsumen, kelima tahap tersebut adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif, membuat keputusan dan perilaku pasca pembelian. Keputusan pembelian konsumen merupakan serangkaian proses yang berawal dari konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi tentang produk atau merek-merek tertentu dan mengevaluasi produk atau merek tersebut seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian serangkaian proses tersebut mengarah kepada keputusan pembelian (Tjiptono, 2014:21).

Sofian (2018:140) menyatakan proses psikologis memainkan suatu peran yang penting, untuk memahami bagaimana konsumen sebenarnya membuat keputusan pembelian. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengetahui bagaimana konsumen membuat keputusan pembeliannya. Tentunya suatu perusahaan yang baik, akan selalu mencoba untuk memahami proses pengambilan keputusan pembelian pelanggannya.

Menghadapi persaingan saat ini, produsen dituntut untuk menetapkan standar kualitas pada produk yang dihasilkan dan harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar bisa bertahan dan bisa bersaing dalam dunia bisnis demi

tercapai tujuan perusahaan tersebut. Wijaya (2018:16) menyatakan kualitas produk adalah produk yang sangat sedikit memerlukan perbaikan dan lebih tahan lama dari pada produk-produk pesaing. Kualitas merupakan hal yang sangat penting dan mendasar dari keputusan konsumen dan keberhasilan dalam bersaing. Menurut Achmad dan Gusnadi (2018) berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian. Konsumen akan merasa puas apabila hasil evaluasi perusahaan menunjukkan bahwa produk yang disuguhkan tersebut merupakan produk yang berkualitas, hal tersebut juga, membuktikan bahwa terdapat hubungan yang sangat erat antara kualitas dan kepuasan konsumen.

Selain kualitas produk faktor harga juga ikut berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Harga ialah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk itu. Apabila harga yang ditawarkan terlalu tinggi maka akan menyebabkan ketidakmampuan konsumen dalam membeli suatu barang/jasa. Sebaliknya apabila harga yang ditawarkan terlalu rendah maka akan menyebabkan kerugian pada perusahaan itu sendiri. Menurut Achmad dan Gusnadi (2018) berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga yang sesuai dengan produk akan meningkatkan kepuasan pada pelanggan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Arbianto (2018) menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Faktor lain yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen yaitu faktor lokasi. Karena lokasi merupakan tempat berjalannya kegiatan usaha secara

umum. Afifudin (2016) lokasi yang strategis membuat konsumen lebih mudah dalam menjangkau dan juga keamanan yang terjamin. Menurut Atmanegara (2019) lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Dalam proses penentuan pembelian konsumen akan melihat lokasi yang mudah di jangkau dan mudah ditemui. Panjaitan (2019) juga mendapat temuan bahwa lokasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Biasanya hal ini memerlukan pertimbangan yang mendukung dan dapat menguntungkan bagi konsumen tersebut.

Seafood atau makanan laut merupakan komoditas dagang yang penting baik dalam negeri maupun internasional. Indonesia dikenal sebagai negara maritim dengan keunggulan dalam laut dan hasil lautnya, oleh karena itu penanganan dan pengolahan seafood yang tepat akan meningkatkan nilai jual produk makanan laut. Seafood merupakan sumber protein dan omega 3 yang penting untuk tubuh.

Salah satu usaha kuliner yang telah berkembang di kepulauan riau yaitu rumah makan seafood. Di Tanjungpinang telah banyak berdiri rumah makan seafood dan salah satunya adalah restoran seafood Sei. Ladi. Restoran seafood Sei. Ladi berdiri sejak tahun 2017. Para konsumen yang berkunjung ke restoran seafood Sei. Ladi tidak hanya berasal dari kota Tanjungpinang saja, tetapi juga berasal dari luar negeri seperti Malaysia dan Singapura.

Dari hasil survei yang telah dilaksanakan didapati bahwa restoran ini membeli bahan-bahan seafood dari hasil tangkapan nelayan sekitar dan terkadang juga mengambil dari nelayan luar. Biasanya nelayan sekitar menjual udang, sotong,

renjong, bangkang, ikan, gonggong, kijing, dan kerang ke restoran ini. Harga untuk makanan di restoran ini terbilang lumayan mahal. Tetapi dengan harga segitu tidak mempengaruhi konsumen yang membeli, Bahkan di hari libur dan tanggal merah konsumen semakin ramai berkunjung ke restoran ini.

Lokasi restoran ini juga sedikit terpencil di dalam perkampungan masyarakat. Tetapi restoran ini berdekatan dengan dermaga pelabuhan pompong, jadi suasana nya sangat nyaman dan indah menyatu dengan alam. Di sekitar restoran ini juga terdapat restoran lain yaitu restoran Lily Boat. Terkadang konsumen juga sempat bingung ingin memilih restoran mana yang ingin mereka kunjungi. Restoran seafood Sei. Ladi ini sudah berjalan kurang lebih 5 tahun, jadi sudah banyak konsumen yang berlangganan dan mengetahui restoran ini. Makanan di restoran seafood Sei. Ladi ini terbuat dari bahan-bahan yang segar. Karena mereka mengambil hasil laut yang masih hidup untuk ditangkap, dan konsumen juga bisa memilih langsung hasil lautnya, seperti renjong, bangkang, kijing, gonggong dan lainnya.

Berdasarkan hal tersebut dan fenomena-fenomena diatas maka diduga bahwa kualitas produk, harga dan lokasi akan memengaruhi keputusan konsumen untuk pembelian di restoran seafood Sei. Ladi. Oleh karena itu, penulis tertarik mengadakan sebuah penelitian untuk mengetahui bagaimana keputusan konsumen di restoran seafood Sei. Ladi dengan mengangkat judul : **“ Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Restoran Seafood Sei. Ladi Kecamatan Tanjungpinang Kota“**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti paparkan diatas, maka dapat di tarik kesimpulan bahwa identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Terdapat fluktuasi naik turunnya omset penjualan Restoran Seafood Sei. Ladi selama periode Januari 2022-Desember 2022.
- 2) Naik turunnya omset penjualan diindikasikan karena adanya pengaruh harga dan lokasi dalam keputusan pembelian konsumen.
- 3) Banyaknya restoran seafood di kota Tanjungpinang yang berakibat akan ketatnya persaingan dalam penjualan.
- 4) Faktor Kualitas produk, harga dan lokasi merupakan salah satu faktor penentu bagi konsumen dalam keputusan pembelian konsumen.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

- 1) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Restoran Seafood Sei. Ladi kecamatan Tanjungpinang Kota.
- 2) Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Restoran Seafood Sei. Ladi kecamatan Tanjungpinang Kota.
- 3) Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Restoran Seafood Sei. Ladi kecamatan Tanjungpinang Kota.

1.4 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, peneliti membatasi masalah penelitian ini, karena ruang lingkup untuk responden hanya konsumen yang datang berbelanja ke restoran seafood Sei. Ladi secara langsung. Restoran seafood Sei. Ladi berada di kawasan Tanjungpinang sehingga pembatasan masalahnya tidak bisa mencakup responden yang berada di luar Tanjungpinang, karena faktor waktu, tenaga, jarak dan dana.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

- 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Restoran Seafood Sei. Ladi kecamatan Tanjungpinang Kota.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Restoran Seafood Sei. Ladi kecamatan Tanjungpinang Kota.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di Restoran Seafood Sei. Ladi Tanjungpinang Kota.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini sebagai berikut :

- 1) Bagi penulis, penelitian ini dapat menjadi media penerapan pengetahuan yang selama ini diperoleh dan untuk mengetahui bagaimana fakta di lapangan tentang kepuasan konsumen. Dan syarat untuk memperoleh gelar sarjana S1 Manajemen Universitas Maritim Raja Ali Haji.

- 2) Bagi para konsumen, penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk lebih tepat dalam memilih Restoran Seafood yang mampu memberikan kepuasan konsumen.
- 3) Bagi universitas, penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan referensi kepustakaan.
- 4) Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat bermanfaat untuk memberi kontribusi sebagai literatur atau referensi mengenai kualitas produk, harga dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan ini dimaksudkan agar memberikan gambaran yang jelas dan sistematis untuk mempermudah bagi para pembaca dalam memahami penulisan dalam penelitian ini. Masing-masing bab secara garis besar dapat diuraikan dalam tabel sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Bab kedua ini menjelaskan tentang hal-hal yang mendasari penelitian ini yang terdiri dari teori-teori ilmu pengetahuan yang ada hubungannya dengan permasalahan dalam penelitian ini,

hasil-hasil penelitian terdahulu serta hipotesis penelitian yang memberikan gambaran yang diteliti.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ketiga ini terdiri dari objek dan ruang lingkup penelitian, metode penelitian, operasionalisasi variabel penelitian, metode penentuan populasi dan sampel, proses pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab keempat memuat tentang hasil penelitian, pengujian asumsi klasik serta pembahasan teoritik baik secara kuantitatif dan statistik

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab kelima berisi tentang kesimpulan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan yang merupakan jawaban dari rumusan masalah, serta berisi tentang saran dan keterbatasan penelitian.