

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Lokasi Kota Batam yang berdekatan dengan Negara tetangga menyebabkan Kota Batam sering dikunjungi baik wisata asing maupun domestik, bisnis yang berada di Kota ini sangat beragam, salah satunya yang memiliki faktor penting yaitu destinasi wisata yang disediakan di Kota Batam, faktor penting lainnya yang berhubungan dengan destinasi wisata adalah bisnis makanan atau yang biasa dikenal dengan bisnis dibidang kuliner, belum lengkap rasanya jika wisatawan asing maupun lokal mengunjungi destinasi wisata di Kota Batam tanpa mencicipi kuliner yang ada di Batam.

Selain itu di Batam juga memiliki jumlah penduduk yang cukup padat, belum lengkap rasanya jika penduduk Kota Batam sendiri tidak mencicipi kuliner yang berada di Batam, semakin banyaknya ragam kuliner yang tersedia di Batam menjadi daya tarik sendiri karena kuliner yang berada di Kota Batam disajikan dengan berbagai citarasa salah satunya seperti Jepang dan Indonesia sehingga cocok dilidah masyarakat kota Batam dan wisatawan asing maupun domestik.

Kualitas produk ialah salah satu hal yang dapat memengaruhi variabel keputusan pembelian. Menurut Andriani *et al* (2017: 156) kualitas produk ialah hal yang dapat memengaruhi persepsi konsumen. Menaikkan kualitas sebuah produk ialah hal yang cukup penting bagi perusahaan karena konsumen cenderung memilih untuk melaksanakan pembelian pada produk yang berkualitas unggul.

Menu yang disediakan di Restoran *Zenbu House Of Mozaru* terdiri atas empat jenis yaitu *Appetizer*, *Main Course*, *Drink* dan *Dessert* yang terbagi lagi dalam beberapa jenis produk/hidangan seperti *salad salmon aburi*, *salad wakame*, *salmon* renyah, *karaage*, *salmon kabuto*, *okonomiyaki*, *dashi no potato*, *shisamo mentaiko*, *chawanmushi*, dan lain sebagainya, dapat dilihat di Gambar 1.1 yang menunjukkan tampilan menu yang tersedia di Restoran *Zenbu House Of Mozaru* sebagai berikut:



Gambar 1.1 Menu Makanan
Sumber: Zenbu.co.id, 2019

Berdasarkan observasi, peneliti memperoleh informasi bahwa kurangnya kualitas produk karena kurangnya keputusan pembelian terhadap produk karena banyaknya jenis produk makanan yang tersedia di Restoran *Zenbu House Of Mozaru* sehingga terdapat jenis-jenis makanan tertentu yang jarang dibeli/minati oleh konsumen, munculnya banyak pesaing bisnis dalam bidang yang sama, harga produk yang tinggi, porsi yang tidak sesuai dengan tampilan dimenu, citarasa yang tidak cocok dengan lidah konsumen seperti masakan yang terlalu asin.

Salah satu menu andalan Restoran *Zenbu House Of Mozaru* yang sering di pesan oleh pelanggan adalah Mozaru. Mozaru memiliki perpaduan sempurna

antara nasi dengan berbagai topping katsu yang dilapisi keju mozzarella dengan pilihan saus buatan sendiri, dapat dilihat pada Gambar 1.2 yang menunjukkan jenis-jenis mozaruru yang tersedia di Restoran *Zenbu House Of Mozaru* sebagai berikut:



Gambar 1.2 Mozaru Zenbu
Sumber: Zenbu.co.id, 2019

Selain kualitas produk faktor kedua adalah kualitas pelayanan. Salah satu hal yang memengaruhi dalam variabel keputusan pembelian ialah kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2014: 268) ialah tingkatan keunggulan (*excellence*) yang diinginkan serta mengendalikan kelebihan tersebut untuk dapat mencapai harapan pelanggan. Baiknya kualitas pelayanan yang perusahaan berikan, sehingga konsumen cenderung lebih memiliki rasa loyal yang tinggi terhadap perusahaan sehingga konsumen dapat merasa lebih puas dan lebih sering melakukan keputusan pembelian terhadap restoran karena kualitas pelayanan yang diberikan setara/lebih dari harga pembelian produk tersebut.

Berdasarkan observasi, peneliti memperoleh informasi bahwa kurangnya kualitas pelayanan karena kualitas pelayanan yang diberikan belum maksimal, pendingin ruangan yang tidak dingin, pesanan yang tidak sesuai dengan yang

dipesan konsumen, lamanya waktu penyajian makanan, ketidakramahan pelayan terhadap konsumen.

Faktor terakhir yang memengaruhi keputusan pembelian adalah lokasi. Menurut Anggiani, Sarfilianty (2018: 113) lokasi ialah tempat untuk melayani konsumen, yang dapat dikatakan sebagai tempat memperlihatkan barang yang dijual sehingga konsumen melihat secara langsung barang yang akan diolah maupun dipasarkan yang dilihat dari jenis, banyaknya maupun harganya. Sehingga, konsumen akan lebih mudah dalam memilih dan melakukan transaksi ataupun pembelian terhadap produk yang telah ditawarkan tersebut secara langsung ini dapat dilihat pada Gambar 1.3 yang menunjukkan tampak belakang restoran dan tampak depan restoran sebagai berikut:



Gambar 1.3 Tampak Belakang dan Depan Restoran *Zenbu House Of Mozaru* Batam

Sumber: Peneliti, 2019

Berdasarkan observasi, peneliti memperoleh informasi bahwa kurangnya lokasi dikarenakan kurangnya keputusan pembelian karena lokasi yang sulit ditemukan, tidak berdekatan dengan pusat keramaian, masyarakat masih banyak yang bertanya-tanya tentang lokasi Restoran, lokasi cukup jarang diperhatikan, kurangnya minat beli konsumen karena tempat parkir yang jauh, parkir kendaraan

roda dua yang cukup jauh sehingga pengunjung yang menggunakan kendaraan roda dua harus berjalan kaki, area parkir mobil didepan restoran yang sering penuh sehingga pengunjung harus memarkirkan kendaraannya diparkiran mall.

Menurut Morissan (2014: 111) keputusan pembelian (*purchase decision*) merupakan tingkat seterusnya setelah terciptanya keinginan atau niat membeli; tetapi keputusan pembelian tidaklah sebanding dengan pembelian yang terjadi secara nyata. Keberhasilan usaha dibisnis kuliner sangat didukung oleh para pengusaha dalam memenuhi kemauan dan kebutuhan konsumen sehingga sangat menentukan keputusan pembelian konsumen sehingga konsumen melakukan pembelian produk perusahaan. Berikut adalah daftar produk makanan beserta harga pada beberapa Restoran Jepang Di Kota Batam:

Tabel 1.1 Daftar Produk Makanan Beserta Harga Pada Restoran Jepang di Kota Batam Yang Sejenis Dengan Produk Makanan Di Restoran *Zenbu House Of Mozaru*

Nama Menu	Ichiban Sushi	Kaiten Sushi	Sushi Tei	Zenbu
Chicken Teppanyaki	50.000	48.500	-	77.000
Beef Teppanyaki	64.000	67.250	-	103.000
Gyoza	31.000	42.250	40.205	48.000

Sumber: Peneliti, 2019

Berdasarkan Tabel 1.1 terdapat beberapa Restoran Jepang Di Kota Batam yang menjual produk yang sama dengan Restoran *Zenbu House Of Mozaru* seperti produk Chicken Teppanyaki, Beef Teppanyaki dan Gyoza sehingga memicu terjadinya persaingan usaha walaupun memiliki jenis makanan yang sama, harga makanan di Restoran *Zenbu House Of Mozaru* tergolong lebih mahal dibandingkan Restoran Jepang lainnya yang ada di Kota Batam seperti Ichiban

Sushi, Kaiten Sushi dan Sushi Tei sehingga dapat menjadi penentu keputusan konsumen untuk mengambil keputusan pembelian produk/makanan.

PT Zenbu Asia Permata (Restoran *Zenbu House Of Mozaru*) merupakan salah satu Restoran Jepang yang memiliki 19 cabang yang berada di Indonesia, yang salah satunya berlokasi di Batam. Pada tahun 2018 hingga 2019 jumlah pengunjung yang datang ke PT Zenbu Asia Permata (Restoran *Zenbu House Of Mozaru*) di Kota Batam mengalami fluktuasi, berikut data jumlah pengunjung di PT Zenbu Asia Permata (Restoran *Zenbu House Of Mozaru*) di Kota Batam pada bulan Januari 2018 hingga September 2019:

Tabel 1.2 Data Jumlah pengunjung PT Zenbu Asia Permata (Restoran *Zenbu House Of Mozaru*) Di Kota Batam Bulan Januari 2018 sampai September 2019

Bulan	Jumlah Pengunjung 2018	Jumlah Pengunjung 2019
Januari	2607	2130
Februari	2533	3204
Maret	2486	3507
April	2430	2774
Mei	2825	2378
Juni	3603	2491
July	3561	2130
Agustus	4759	2021
September	3807	1994
Oktober	3446	-
November	3189	-
Desember	4855	-

Sumber: Restoran *Zenbu House Of Mozaru* Batam, 2019

Berdasarkan Tabel 1.2 menunjukkan bahwa jumlah pengunjung baik yang melakukan pembelian maupun tidak pada PT Zenbu Asia Permata (Restoran *Zenbu House Of Mozaru*) di Kota Batam mengalami penurunan yang cukup besar. Pada Tahun 2018 jumlah pengunjung paling sedikit adalah pada bulan April 2018 sebesar 2430 pengunjung sedangkan pada Tahun 2019 jumlah pengunjung paling sedikit adalah pada bulan September 2019 sebesar 1994 pengunjung. Sehingga

dapat disimpulkan keputusan pembelian konsumen pada tahun 2019 semakin rendah dibandingkan tahun sebelumnya.

Berdasarkan observasi, peneliti memperoleh informasi bahwa kurangnya keputusan pembelian dikarenakan terdapat beberapa Restoran Jepang Di Kota Batam yang menjual produk yang sama dengan Restoran *Zenbu House Of Mozaru* sehingga memicu terjadinya persaingan usaha walaupun memiliki jenis makanan yang sama, harga makanan di Restoran *Zenbu House Of Mozaru* tergolong lebih mahal dibandingkan Restoran Jepang lainnya yang ada di Kota Batam, jumlah pengunjung Restoran yang mengalami penurunan, kurangnya minat membeli, kurangnya kualitas produk, kurangnya kualitas pelayanan dan lokasi yang tidak strategis.

Penelitian yang telah dilaksanakan (Fernando & Aksar, 2018) memperlihatkan kalau kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga meningkatnya kualitas produk yang dimiliki akan meningkatkan keputusan konsumen untuk melaksanakan pembelian produk yang disediakan. Selain kualitas produk, kualitas pelayanan merupakan hal lain yang memengaruhi keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh (Kurnianto Aji Prasetyo, 2018) memperlihatkan kalau adanya efek positif dari kualitas pelayanan pada keputusan pembelian, peningkatan keputusan pembelian dapat terealisasi apabila kualitas pelayanan sangat baik.

Penelitian yang telah dilaksanakan (Husen *et al.*, 2018) memperlihatkan kalau lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga dapat menunjukkan peningkatan keputusan pembelian

terjadi apabila lokasi usaha strategis. Penelitian kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi sudah banyak diteliti akan tetapi penelitian terhadap pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan & lokasi terhadap keputusan pembelian belum pernah dilakukan pada PT Zenbu Asia Permata (Restoran *Zenbu House Of Mozaru*) di kota Batam.

Banyaknya produk makanan yang tersebar dimasyarakat saat ini sangatlah banyak sehingga tidak dapat untuk dihindari lagi, sehingga terjadi persaingan yang semakin ketat diantara pengusaha dibidang kuliner dalam mengambil kepercayaan konsumen yang lebih besar dari pesaingnya. Pengusaha dibidang kuliner mencoba untuk menarik dan mendapatkan konsumen sebanyak mungkin untuk menaikkan laba perusahaan. Kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi menjadi salah satu hal yang memengaruhi keputusan calon pembeli dalam melakukan keputusan pembelian, sehingga dengan hal ini kualitas produk makanan, kualitas pelayanan, lokasi diharapkan dapat menjadi yang terdepan diantara pesaingnya.

Konsumen cenderung untuk melaksanakan pembelian pada produk yang mempunyai kualitas produk yang unggul, baik dari segi citarasa maupun ketahanan produk, dengan tingkat kualitas pelayanan yang tinggi pada saat dilayani maupun pada saat karyawan perusahaan menawarkan produk kepada pembeli serta memiliki lokasi yang strategis serta dekat dengan pusat keramaian yang mudah didapatkan atau ditemukan oleh konsumen.

Dari latar belakang tersebut sehingga penulis tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Zenbu Asia Permata”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Dari pembahasan sebelumnya sehingga penulis membuat identifikasi masalah dibawah ini:

1. Kurangnya kualitas produk disebabkan kurangnya keputusan pembelian terhadap produk karena banyaknya jenis produk makanan yang tersedia di Restoran *Zenbu House Of Mozaru* sehingga terdapat jenis-jenis makanan tertentu yang jarang dibeli/minati oleh konsumen, munculnya banyak pesaing bisnis dalam bidang yang sama, harga produk yang tinggi, porsi yang tidak sesuai dengan tampilan dimenu, citarasa yang tidak cocok dengan lidah konsumen seperti masakan yang terlalu asin.
2. Kurangnya kualitas pelayanan disebabkan oleh kualitas pelayanan yang diberikan belum maksimal, pendingin ruangan yang tidak dingin, pesanan yang tidak sesuai dengan yang dipesan konsumen, lamanya waktu penyajian makanan, ketidakramahan pelayan terhadap konsumen.
3. Kurangnya lokasi disebabkan oleh kurangnya keputusan pembelian karena lokasi yang sulit ditemukan, tidak berdekatan dengan pusat keramaian, masyarakat masih banyak yang bertanya-tanya tentang lokasi Restoran, lokasi cukup jarang diperhatikan, kurangnya minat beli konsumen karena tempat parkir yang jauh, parkir kendaraan roda dua yang cukup jauh

sehingga pengunjung yang menggunakan kendaraan roda dua harus berjalan kaki, area parkir mobil didepan restoran yang sering penuh sehingga pengunjung harus memarkirkan kendaraannya diparkiran mall.

4. Kurangnya keputusan pembelian disebabkan karena terdapat beberapa Restoran Jepang Di Kota Batam yang menjual produk yang sama dengan Restoran *Zenbu House Of Mozaru* sehingga memicu terjadinya persaingan usaha walaupun memiliki jenis makanan yang sama, harga makanan di Restoran *Zenbu House Of Mozaru* tergolong lebih mahal dibandingkan Restoran Jepang lainnya yang ada di Kota Batam, jumlah pengunjung Restoran yang mengalami penurunan, kurangnya minat membeli, kurangnya kualitas produk, kurangnya kualitas pelayanan dan lokasi yang tidak strategis.

1.3. Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah diatas, sehingga batasan masalah dalam ruang dan waktu dibatasi peneliti pada penelitian ini ialah:

1. Variabel dalam penelitian ini ialah variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi dan keputusan pembelian di PT Zenbu Asia Permata (Restoran *Zenbu House Of Mozaru*) di Kota Batam.
2. Waktu yang terbatas dalam penelitian ini sehingga yang dijadikan populasi merupakan jumlah pengunjung dari bulan Januari 2019 hingga September 2019.

3. Kuesioner disebarakan menggunakan teknik asidental sampling (sampel kebetulan) yang berarti kuesioner diberikan kepada siapapun yang bertemu dengan peneliti secara kebetulan.

1.4. Rumusan Masalah

Dari batasan masalah diatas sehingga rumusan masalah penelitian ini ialah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Zenbu Asia Permata di Kota Batam?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Zenbu Asia Permata di Kota Batam?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Zenbu Asia Permata di Kota Batam?
4. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Zenbu Asia Permata di Kota Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, adapun tujuan dari penelitian ini ialah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di PT Zenbu Asia Permata di Kota Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di PT Zenbu Asia Permata di Kota Batam.

3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di PT Zenbu Asia Permata di Kota Batam.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan & lokasi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian di PT Zenbu Asia Permata di Kota Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini digunakan untuk menjadi bahan masukan bagi PT Zenbu Asia Permata (Restoran *Zenbu House Of Mozaru*) di Kota Batam untuk mendapat keyakinan dari konsumen dengan menunjukkan kualitas produk dan kualitas pelayanan Restoran yang terbaik serta lokasi. Selain itu dapat digunakan sebagai pengembangan tentang teori variabel yang memengaruhi keputusan pembelian pada sebuah produk/jasa.

1.6.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini bisa digunakan untuk panduan dalam pencapaian target tujuan bersama dan berguna:

1. Bagi PT Zenbu Asia Permata (Restoran *Zenbu House Of Mozaru*)

Penelitian ini dapat menjadi manfaat bagi PT Zenbu Asia Permata (Restoran *Zenbu House Of Mozaru*) di Kota Batam untuk menjadi bahan masukan dalam menilai hal-hal yang memengaruhi keputusan pembelian pada pelanggan/konsumen PT Zenbu Asia Permata (Restoran *Zenbu House Of*

Mozaru) di Kota Batam dan data serta informasi dalam penelitian ini dapat digunakan untuk pihak manajemen sebagai dasar pengambilan keputusan.

2. Bagi Universitas Putera Batam

Penelitian ini peneliti harapkan bisa menjadi bahan pertimbangan referensi dan dokumen akademik yang berfungsi sebagai panduan maupun digunakan sebagai sumber referensi pada penelitian selanjutnya.