

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kota Gorontalo adalah kota dengan masyarakat yang tidak mudah tertarik terhadap tempat makan atau usaha kuliner baru, sehingga menjadi hal yang tidak mudah untuk mendapatkan loyalitas konsumen bagi para pengusaha kuliner yang akan membuka atau sedang membuka usaha kuliner di Kota Gorontalo. Masyarakat Kota Gorontalo lebih memilih berkunjung ke tempat usaha kuliner yang telah lama menjalankan usahanya. Salah satu tempat usaha kuliner di Kota Gorontalo yang memiliki banyak konsumen adalah Rumah makan Melki Brazil.

Rumah makan Melki Brazil banyak dikunjungi oleh masyarakat dari dalam kota maupun luar Kota Gorontalo. Walaupun Kota Gorontalo memiliki banyak tempat makan dan warung makan lain yang sejenis namun Rumah makan Melki Brazil tetap mempunyai banyak konsumen. Menu makanan yang diunggulkan dari Rumah makan Melki Brazil adalah kuah asam ikan batu ( baronang, kakap). Menu lainnya berupa woku ikan batu dan ikan bakar dabu-dabu iris serta kanggung cah.

Konsistensi cita rasa kuah asam dan woku yang tetap dipertahankan hingga sekarang merupakan salah satu daya tarik bagi pembeli. Pak Melki adalah pemilik Rumah makan Melki Brazil. Pak Melki memulai usahanya berdagang pada tahun 1982 hingga sekarang.

Pak Melki memutuskan untuk membuka warung makan di rumahnya yang beralamat di Jalan Laksamana martadinata Rt 2 Rw 1 Kelurahan Leato Utara, Kecamatan Dumbo Raya Kota Gorontalo. Pak Melki dapat menjual minimal 100 porsi sehari kuah asam dan woku belanga dan 200 porsi pada waktu ramai. Omset Rumah makan Melki Brazil minimal Rp 1.000.000,- sehari apabila sepi dan mencapai Rp 5.000.000,- sehari apabila ramai. Rumah makan Melki Brazil dikunjungi sekitar 50 orang hingga 100 orang dalam satu hari. Rumah makan Melki Brazil buka dari pukul 10.30 WITA hingga 23.00 WITA. Lokasi Rumah makan Melki Brazil sangat mudah diakses oleh kendaraan roda empat walaupun jauh dari pusat kota, lokasi rumah makan tersebut berada di tepi laut pelabuhan leato, posisi bangunan rumah panggung yang menghadap kelaut dengan kondisi bangunan permanen dan sederhana.

Pada tahun 2000 Rumah makan Melki Brazil mulai melayani permintaan catering antar dinas ataupun SKPD yang ada di Provinsi gorontalo. Rumah makan Melki Brazil sekarang ini telah dikelola oleh istri Pak Melki karena pada tahun 2012 Pak Melki meninggal dunia, walaupun demikian pengunjung Rumah makan melki brazil yang dikelola oleh anak dan istri Pak Melki semakin ramai dikunjungi oleh tamu dari luar daerah sampai dengan beberapa artis yang datang ke Gorontalo tidak lupa mampir makan di Rumah makan Melki Brazil.

Para pengusaha kuliner menghadapi persaingan yang kompetitif, terutama persaingan yang berasal dari usaha sejenis. Perusahaan dituntut untuk mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Hal tersebut sesuai dengan konsep pemasaran yang menyebutkan bahwa kesuksesan suatu perusahaan ditentukan oleh usaha perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga dapat memberikan kepuasan yang diinginkan lebih baik daripada pesaing (Kanuk, 2008:5). Usaha konsumen dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan yang dimiliki adalah dengan melakukan pembelian. Karakteristik konsumen akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian, sehingga berpengaruh pula terhadap produk atau jasa apa yang akan dibeli. Sebelum melakukan pembelian konsumen akan memutuskan pembelian. Keputusan pembelian merupakan tahapan dimana konsumen mempertimbangkan beberapa faktor dan alasan yang memperkuat konsumen untuk memutuskan membeli suatu produk atau jasa tertentu (Kanuk, 2008:486).

Kota Gorontalo memiliki masyarakat yang banyak ragam kelas sosial, agama, latar belakang pendidikan, pekerjaan dan pendapatannya sehingga dalam menghadapi kondisi saat ini akan terdapat banyak sekali jawaban yang tentu saja berbeda antara satu dengan yang lain tergantung faktor kebutuhan. Faktor-faktor penting yang dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi masing-masing rumah makan berbeda. Bagi suatu rumah makan adalah dekat dengan konsumen. Rumah makan mungkin

menemukan bahwa faktor yang paling penting adalah memilih lokasi dimana tersedia tenaga kerja yang memenuhi kebutuhan organisasi, ataupun biaya transportasi yang murah. Jadi alasan utama terjadinya perbedaan dalam pemilihan lokasi adalah adanya perbedaan kebutuhan masing-masing rumah makan.

Dalam proses penentuan dimana seorang akan berbelanja terlihat bahwa faktor lokasi dan harga ikut menentukan . Keputusan berbelanja biasanya memerlukan pertimbangan yang benar-benar mendukung dan dapat menguntungkan pembeli seperti faktor lokasi dan harga. Para pembeli cenderung akan memilih berbelanja pada rumah makan yang memiliki lokasi strategis. Tjiptono (2002:41-43) menjelaskan: “Didalam pemilihan lokasi diperlukan pertimbangan-pertimbangan yang cermat meliputi kemudahan (Akses) atau kemudahan untuk dijangkau dengan sarana transportasi umum (Visibilitas) yang baik yaitu keberadaan lokasi yang dapat dilihat dengan jelas, yang berada pada daerah yang banyak orang berlalu lalang”.

Dalam pemilihan lokasi usaha perlu mempertimbangkan faktor lingkungan masyarakat, kedekatan dengan pasar atau konsumen dan kedekatan dengan fasilitas transportasi umum. Pada kenyataannya, lokasi rumah makan Melki Brazil yang berada di Kelurahan Leato Utara Kecamatan `Dumbo Raya Kota Gorontalo belum memiliki lokasi strategis karena dilihat dari lokasinya masih jauh dari pusat kota, masih sedikit orang yang melakukan aktivitas bisnis atau usaha didaerah tersebut,

fasilitas umum yang masih terbatas, dan jauhnya lokasi dari konsumen. Para konsumen di Rumah makan Melki Brazil Kota Gorontalo kebanyakan adalah masyarakat menengah keatas yang ingin berbelanja makanan secara praktis dengan tanpa adanya pemilihan menu kebanyakan seperti yang terjadi di rumah makan lainnya. Oleh karena itu kemungkinan yang menjadi konsumen Rumah makan Melki Brazil adalah masyarakat yang memiliki pendapatan lebih seperti pengusaha ataupun Pegawai negeri sipil. Faktor lainnya yang memberikan pengaruh terhadap keputusan konsumen dalam berbelanja adalah faktor harga. Menurut Swastha (2003: 241): “Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap proses penentuan dimana seorang akan berbelanja. Penetapan harga itu sendiri cukup kompleks dan sulit. Harga, nilai dan faedah merupakan konsep-konsep yang sangat berkaitan.”

Harga makanan di rumah makan Mall Gorontalo memiliki kecenderungan lebih mahal dibandingkan dengan harga di rumah makan lainnya. Namun demikian tidak menutup kemungkinan bahwa usaha rumah makan tersebut ramai dikunjungi oleh konsumen jika pengelolanya mampu memahami perilaku dari para konsumennya. Swastha dan handoko (2000 : 119) menjelaskan bahwa: “untuk mencapai tujuan perusahaan pemasaran yang baik maka perlu strategi pemasaran yang tepat termasuk di dalamnya adalah penetapan harga dengan memperhatikan perilaku konsumen.

Dari survei pendahuluan yang peneliti lakukan diketahui bahwa pada momen tertentu atau pada saat mendekati bulan ramadhan dan bulan ramadhan, jumlah pengunjung yang datang untuk membeli di rumah makan Melki Brazil Kota Gorontalo cenderung mengalami peningkatan. Peningkatan jumlah konsumen yang berkunjung pada Rumah makan akan diikuti dengan meningkatnya jumlah pendapatan Rumah makan tersebut, secara otomatis omset penjualannya juga ikut meningkat. Padahal Konsumen akan lebih memilih tempat makan yang strategis dengan pertimbangan mudah dijangkau kendaraan umum atau membelanjakan uangnya di rumah makan lainnya dengan pertimbangan harga yang lebih murah.

Maka berdasarkan latar belakang dari alasan di atas maka peneliti tertarik untuk mengangkat kondisi tersebut di atas dalam suatu penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Melki Brazil Kota Gorontalo”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dalam melaksanakan usahanya, Rumah makan Melki Brazil kota Gorontalo letaknya agak jauh dari pusat kota. Kenyataan yang terlihat keberadaan Rumah makan Melki Brazil kota Gorontalo masih belum banyak dikenal oleh masyarakat luas oleh karena itu permasalahan yang terlihat antara lain:

1. Banyaknya pesaing dan adanya perbedaan harga antara rumah makan Melki brazil dengan rumah makan lainnya yang berada di Kompleks Kelurahan Leato Utara.
2. Letak atau lokasi Rumah makan Melki Brazil yang berada agak jauh dari pusat kota.
3. Banyaknya pesaing dan adanya perbedaan harga antara rumah makan Melki brazil dengan rumah makan lainnya yang berada di Kompleks Kelurahan Leato Utara.
4. Peningkatan jumlah pengunjung pada Rumah Makan Melki Brazil Kota Gorontalo hanya terjadi pada momen tertentu.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi permasalahan maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada rumah makan Melki Brazil ?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada rumah makan Melki Brazil ?
3. Apakah harga dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada rumah makan Melki Brazil ?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah penelitian, maka tujuan penelitian tersebut adalah:

1. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada rumah makan Melki Brazil.
2. Untuk mengetahui apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada rumah makan Melki Brazil.
3. Untuk mengetahui apakah harga dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada rumah makan Melki Brazil.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian tersebut adalah:

1. Bagi pengusaha, sebagai bahan masukan dalam meningkatkan pelayanan kepada konsumen dan pertimbangan dalam membuat kebijakan pemasaran agar dapat bersaing dengan pesaing potensial lainnya.
2. Bagi penulis, merupakan pengalaman, informasi dan wawasan baru yang berharga sekaligus sebagai sarana latihan dalam menerapkan ilmu yang diperoleh selama kuliah.
3. Bagi kalangan akademis, sebagai referensi atau tambahan perbendaharaan pengetahuan di bidang pemasaran dan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan konsumen.