

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kota Bekasi merupakan salah satu kota yang terdapat di Provinsi Jawa Barat. Kota ini merupakan bagian dari metropolitan Jakarta Raya dan menjadi Kota satelit dengan jumlah penduduk terbanyak nomor lima se-Indonesia. Berdasarkan laporan dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada bulan Juni 2022, jumlah penduduk di Indonesia bertambah 1,48 juta jiwa (0,54%) dibanding posisi pada bulan Desember 2021. Kemudian, jumlah penduduk Indonesia kembali mengalami kenaikan menjadi 275,77 juta jiwa hingga pertengahan 2022. Jumlah itu bertambah 1,13% jika dibandingkan periode yang sama pada tahun lalu. Di Kabupaten Bekasi sendiri jumlah penduduk di tahun 2021 bersumber pada Hasil Proyeksi Penduduk Interim BPS Kabupaten Bekasi mencapai 3.157.962 jiwa penduduk dengan rata-rata kepadatan penduduk sebesar 2.479 jiwa per km<sup>2</sup>. Dan wilayah yang paling padat penduduknya adalah di Kecamatan Tambun Selatan yaitu sebanyak 430.565 jiwa penduduk (9.990 jiwa km<sup>2</sup>). Selain itu Kota Bekasi juga saat ini berkembang menjadi tempat tinggal kaum urban dan menjadi sentral industri.

Hal ini berdampak langsung terhadap meningkatnya permintaan masyarakat terhadap makanan. Menurut teori Maslow makanan merupakan kebutuhan fisiologi yang akan selalu dibutuhkan selama manusia hidup (Engel et al. 1994). Di era modernisasi ini transformasi gaya hidup masyarakat kota menjadi semakin kompleks, bisa dilihat dari tingginya tingkat konsumsi dan standar hidup. Kebanyakan masyarakat yang tinggal di perkotaan cenderung lebih banyak mengonsumsi makanan cepat saji. Hal ini dikarenakan intensitas kesibukan

masyarakat di perkotaan yang lebih tinggi dibandingkan masyarakat pedesaan (Ayunyah, Indriani, dan Rangga 2015).

Dikarenakan banyaknya permintaan dari masyarakat terhadap jasa penyedia makanan membuat persaingan bisnis warung makan juga mengalami peningkatan. Konsumen yang membutuhkan inovasi baru di bidang kuliner tidak hanya memikirkan jenis makanan yang akan dikonsumsi namun juga memperhatikan pelayanan yang diberikan oleh produsen.

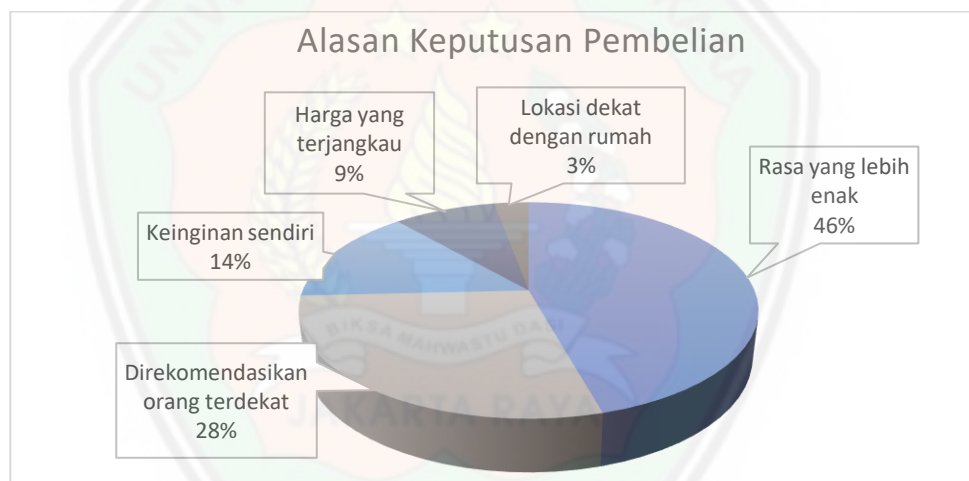
Salah satu jenis kuliner yang banyak digemari oleh konsumen adalah pecel lele. Warung makan pecel lele khususnya di Tambun Selatan sendiri banyak dijumpai dimana-mana. Warung Makan Pecel Lele *Konco Dewe* adalah salah satu warung makan yang dapat dijumpai di Tambun Selatan, tepatnya ada di Perumahan Griya Asri 2 Tambun Selatan. Di warung ini mereka tidak hanya menawarkan menu olahan ikan lele saja, ada juga menu lain seperti pecel ayam, ayam bakar, ikan nila goreng, bebek goreng, bebek bakar, dan ada juga Soto Lamongan.

Warung makan Pecel Lele *Konco Dewe* sendiri merupakan warung makan yang memiliki dasar penjualan selayaknya warung makan-warung makan pecel lele lainnya. Yang membedakan biasanya hanya dari cita rasa sambal yang disajikan. Cita rasa merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, apakah rasa yang ditawarkan sesuai dengan selera konsumen, maka dengan begitu bisa menghasilkan keputusan pembelian. Untuk warung makan Pecel Lele *Konco Dewe* sendiri mereka menyajikan sambal yang berbeda dari warung makan pecel lele yang ada disekitarnya. Mereka tidak menambahkan terasi

untuk sambal yang mereka buat, hal ini lah yang membedakan warung makan Pecel Lele *Konco Dewe* dengan warung makan pecel lele yang lainnya.

Berdasarkan hasil prasarvei yang dilakukan oleh penulis sebanyak 35 responden yang pernah melakukan pembelian atau makan di warung makan Pecel Lele Konco Dewe. Sebagian besar alasan keputusan pembelian di warung makan Pecel Lele Konco Dewe seperti yang digambarkan pada gambar 1.1 dibawah ini :

**Presentase Alasan Keputusan Pembelian Pada Warung Makan Pecel Lele *Konco Dewe***



*Sumber : Data diolah Pra survei Peneliti*

**Gambar 1.1 Alasan Keputusan Pembelian Pada Warung Makan Konco Dewe**

Berdasarkan gambar grafik 1.1 tersebut adapun alasan keputusan pembelian pada warung makan Pecel Lele Konco Dewe adalah yaitu sebanyak 16 responden atau 46% memilih karena rasa makanan di warung makan Pecel Lele Konco Dewe lebih enak dibanding yang lain, 10 responden atau 28% memilih karena

direkomendasikan oleh orang terdekat, 5 responden atau 14% memilih karena keinginan mereka sendiri, 3 orang atau 9% memilih karena harga yang terjangkau, dan 1 responden atau 3% memilih karena alasan dekat dengan rumah.

Pada industry bisnis makanan, cita rasa juga merupakan salah satu factor yang mempengaruhi adanya keputusan pembelian konsumen, mengingat semakin selektif dan kritisnya konsumen terhadap pemilihan produk/merek makanan yang akan di konsumsi. Cita rasa merupakan cara penentuan dari ciri makanan yang dibedakan dari rasa (*taste*). Rasa sendiri diartikan sebagai dorongan yang diterima oleh lidah seperti manis, asin, pedas, dan pahit. Cita rasa digambarkan oleh kesan yang muncul dari lima panca indra manusia yaitu penglihatan, penciuman, pengecap, peraba, dan pendengaran ketika melakukan konsumsi makanan dan minuman. Keputusan konsumen akan terbentuk ketika konsumen merasa tertarik dengan produk dan cita rasa yang kita tawarkan. Oleh sebab itu cita rasa menjadi factor yang perlu untuk diperhatikan dalam rangka mengambil keputusan pembelian konsumen.

Selain cita rasa sambal yang ditawarkan berbeda, penetapan harga juga sangat diperhatikan oleh sang pemilik. Karena pemilik tidak mau menerima resiko yang terlalu besar mengenai harga, pemilik memberikan harga yang pas sesuai dengan harga pasaran yang ada. Sehingga dari kalangan anak muda, dewasa, dan orang tua pun bisa menikmatinya.

Selain cita rasa sambal yang berbeda dan harga yang kompetitif, fenomena lain yang dapat dilihat dari lingkungan sekitar yaitu dapat dilihat dari persaingan

banyak nya warung makan pecel lele. Dimana di Perumahan Griya Asri 2 sendiri ada terdapat kurang lebih 15 warung makan pecel lele yang hampir sama dalam menawarkan menu dengan warung makan pecel lele *Konco Dewe*.

Terdapat perbedaan dari beberapa hasil penelitian terdahulu mengenai harga, cita rasa dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian, oleh karena itu dilakukan *research gap* pada peneitian terdahulu.

Penelitian yang dilakukan (Joesyiana, 2018) menyatakan *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen melalui media online shop Shopee di Pekanbaru.

Menurut penelitian (Ena et al., 2020) menyatakan tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan, lokasi, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada CafeNet.

Menurut (Sari & Mulyani, 2021) menyatakan bahwa variabel cita rasa dan harga memperlihatkan nilai positif dan signifikan pada keputusan pembelian. Sedangkan menurut (Listighfaroh, 2020) variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dengan adanya fenomena dan uraian latar belakang diatas, dimana semakin banyak nya persaingan antar pengusaha warung makan Pecel Lele menjadi sangat ketat, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Word of Mouth*, Harga, dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Warung Makan Pecel Lele *Konco Dewe* di Tambun Selatan”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Banyak nya jumlah pesaing dalam dunia bisnis makanan membuat Warung Makan Pecel Lele *Konco Dewe* ini harus berusaha keras untuk bisa terus berinovasi dalam meningkatkan kualitas rasa dan pelayanan agar dapat meningkat tingkat penjualan yang menurun. Untuk itu pemilik Warung Makan Pecel Lele *Konco Dewe* harus mengetahui pengaruh apa saja yang bisa membuat konsumen melakukan keputusan pembelian, apakah melalui cita rasa, harga, atau bahkan komunikasi pemasaran melalui mulut ke mulut (*word of mouth*).

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka penulis menentukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Warung Makan Pecel Lele *Konco Dewe*?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Warung Makan Pecel Lele *Konco Dewe*?
3. Apakah cita rasa berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Warung Makan Pecel Lele *Konco Dewe*?
4. Apakah *word of mouth*, harga, dan cita rasa berpengaruh bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada Warung Makan Pecel Lele *Konco Dewe*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian dibentuk tentu ada tujuan-tujuan tertentu untuk dicapai. Adapun tujuan-tujuan tersebut dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Warung Makan Pecel Lele *Konco Dewe*
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Warung Makan Pecel Lele *Konco Dewe*
3. Untuk mengetahui apakah cita rasa berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Warung Makan Pecel Lele *Konco Dewe*
4. Untuk mengetahui apakah *word of mouth*, harga dan cita rasa bersama-sama saling berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Warung Makan Pecel Lele *Konco Dewe*

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan yaitu:

1. Bagi pihak terkait

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pemilik usaha untuk dapat menentukan langkah-langkah apa saja yang harus dilakukan agar bisa mengetahui pengaruh apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada Warung Makan Pecel Lele *Konco Dewe*, serta dapat meningkatkan pembelian yang tidak seperti biasanya, agar warung makan tersebut selalu mengalami peningkatan.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan manfaat bagi peneliti, serta dapat memperluas pengetahuan ilmiah khususnya dalam bidang pemasaran yaitu harga dan *word of mouth*.

### 3. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk dijadikan referensi dan mendapatkan ilmu pengetahuan tentang hal-hal yang mempengaruhi keputusan pembelian.

## 1.5 Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak menyebar kemana-kemana maka dari itu penulis hanya akan meneliti konsumen yang pernah makan di Warung Makan Pecel Lele *Konco Dewe* dalam selang waktu bulan April – Mei 2023 untuk menghindari informasi yang sudah usang.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan sebuah kerangka penyusunan skripsi dari bab awal hingga bab akhir. Hal ini penting untuk diperhatikan agar hasil penulisan yang dihasilkan dapat tersusun dengan rapih dan ter sistematis. Sistematika penulisan sebagai berikut:

### **BAB I       PENDAHULUAN**

Pada bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, Batasan masalah, dan sistematika penulisan.

### **BAB II       TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini sebagai dasar untuk menganalisis beberapa persoalan dari hasil penelitian pada umumnya tentang pengaruh *word of mouth*, harga dan cita rasa terhadap keputusan pembelian.



### **BAB III      METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini penulis mengemukakan metode penelitian yang digunakan dalam perancangan dan implementasi.

### **BAB IV      ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini membahas tentang pengaruh *word of mouth*, harga dan cita rasa terhadap keputusan pembelian, serta hasil analisis data dan pembahasan dari hasil penelitian.

### **BAB V      PENUTUP**

Pada bab ini membahas tentang kesimpulan dan implikasi manajerial.

