

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan restoran Jepang di Indonesia dalam beberapa dekade terakhir ini cukup pesat. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya restoran Jepang yang hadir di Indonesia. Cara pengolahan masakan itu bervariasi, dengan cara goreng, rebus, kukus, bakar, atau panggang, bahkan disajikan mentah, tergantung jenis makanannya. Bahan-bahannya bisa terdiri dari segala jenis bahan baku seperti jenis daging, ikan, tofu, sayur-sayuran, dan bumbu-bumbu dan rasa khas dari Jepang.

Salah satu kuliner khas Jepang yang sedang *booming* adalah Sushi. Sushi adalah makanan sehat khas dari negara Jepang yang terdiri dari nasi yang dibentuk bersama lauk yang berupa makanan laut, daging, sayuran mentah atau yang sudah dimasak. Nasi sushi mempunyai rasa asam yang lembut karena dibumbui campuran cuka beras, garam, dan gula. Konon kebiasaan mengawetkan ikan dengan menggunakan beras dan cuka berasal dari daerah pegunungan di Asia Tenggara. Dasar ilmiah di balik proses fermentasi ikan yang dikemas dalam nasi adalah karena cuka yang dihasilkan dari fermentasi nasi menguraikan asam amino pada daging ikan. Hasilnya salah satu dari lima rasa dasar yang menyehatkan.

Fenomena di atas menciptakan peluang bagi restoran-restoran asli Jepang untuk membuka atau mendirikan cabangnya di Indonesia.¹ Salah

¹ <https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/9258/Bab%201.pdf?sequen>
(diakses pada tanggal 23 Agustus 2019 pukul 20.03 wib)

satunya restoran Ichiban Sushi yang mendirikan cabang di Indonesia, Ichiban Sushi adalah restoran Jepang *full-service* dengan jumlah outlet terbanyak di Indonesia, yang telah hadir lebih dari dua dekade, salah satunya di kota Palembang yang terdapat 4 outlet restoran Ichiban Sushi. Harga yang ditawarkan Ichiban Sushi ini terbilang relatif mulai dari harga Rp.20.000an. Beragam menu Ichiban Sushi:

Tabel 1.1
Daftar Menu Ichiban Sushi

Maguro Sushi	Rp 22.000
Sake Sushi	Rp 26.000
Sake Sakura	Rp 34.000
Roasted Maguro	Rp 23.000
Roasted Sake	Rp 26.000
Unagi Sushi	Rp 36.000
Tamago Sushi	Rp 17.000
Tako Sushi	Rp 19.000
Ebi Sushi	Rp 22.000
Kani Sushi	Rp 16.000
Inari Sushi	Rp 16.000
Tobiko Sushi	Rp 25.000
Tako Mayo Sushi	Rp 19.000
Kani Maki Sushi	Rp 19.000
Sake Sashimi	Rp 42.000
Maguro Sashimi	Rp 30.000
Kani Sashimi	Rp 17.000
Tako Sashimi	Rp 26.000
Ebi Sashimi	Rp 30.000
Sashimi Set	Rp 65.000
Sashimi Jyo	Rp 81.000
Sushi Set	Rp 58.000
Sushi Jyo	Rp 66.000
Bento Box	Rp 66.000
Best Bento	Rp 81.000
Marugo Temaki	Rp 24.000
Sake Temaki	Rp 34.000
Unagi temaki	Rp 34.000
Volcano Roll	Rp 42.000
Tiger Fire Roll	Rp 42.000

Sunset Roll	Rp 45.000
Special O Day	Rp 29.000
Salmon Roll	Rp 35.000
Tekka Maki	Rp 28.000
Negi Tuna Roll	Rp 28.000
Spicy Tuna Roll	Rp 29.000
Unagi Roll	Rp 48.000
California Roll	Rp 39.000
Top Gun Roll	Rp 34.000
Karachi Roll	Rp 44.000
Deep Fried Roll	Rp 42.000
Spicy Tuna Temaki	Rp 24.000
California Temaki	Rp 25.000
Salmon Kani Mayo Roll	Rp 48.000
Spicy Square Roll	Rp 39.000
Beef Volcano Roll	Rp 40.000
Spicy Chicken Roll	Rp 28.000
Corn Crunchy Roll	Rp 26.000
Dori Volcano Roll	Rp 36.000
Shrimp Tempura Roll	Rp 31.000
Chuka Kuraage Sushi	Rp 24.000
Chuka Wakame Sushi	Rp 23.000
Chuka Idako Sushi	Rp 23.000
Dragon Ball Roll	Rp 85.000
Skin Salmon Roll	Rp 38.000
Chuka Kuraage Sashimi	Rp 25.000
Chuka Wakame Sashimi	Rp 25.000
Chuka Idako Sashimi	Rp 33.000
Dragon Tiger Roll	Rp 85.000
Beef Teriyaki Fried Roll	Rp 35.000
Spicy Creamy Volcano Salmon Roll	Rp 50.000
Fish Cake Roll/Katsu Roll/Fish Roll	Rp 25.000

Sumber: www.ichibansushi.co.id/

Lokasi dalam hubungannya dengan pemasaran adalah tempat yang khusus dan unik dimana lahan tersebut dapat digunakan untuk berbelanja. Maka dapat disimpulkan bahwa lokasi yang dimaksud adalah suatu letak atau tempat yang tetap dimana orang bisa berkunjung untuk berbelanja, tempat itu berupa daerah pertokoan atau suatu stand di dalam maupun di luar gedung. Lokasi yang strategis mempengaruhi seseorang dalam

menimbulkan keinginan untuk melakukan pembelian karena lokasinya yang strategis, terletak di arus bisnis, dan sebagainya.²

Pemilihan lokasi dinilai sangat penting untuk kelangsungan hidup sebuah usaha yang ada pada saat ini, karena lokasi yang strategis memudahkan seorang konsumen untuk menjangkau tempat usaha tersebut. Dengan mudahnya seorang konsumen dalam menjangkau akses menuju lokasi yang diinginkan akan mempengaruhi juga daya belinya yang kemudian akan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidupnya³. Lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen dan dekat dengan keramaian merupakan lokasi yang paling tepat untuk membuka usaha, termasuk usaha warung makan/restoran. Sebelum seseorang/sekelompok orang memutuskan untuk makan di warung makan/restoran, mereka juga mempertimbangkan lokasi tempat makan tersebut.⁴

Keputusan pembelian merupakan suatu konsep dalam perilaku pembelian dimana konsumen memutuskan untuk bertindak atau melakukan sesuatu dan dalam hal ini melakukan pembelian ataupun memanfaatkan produk atau jasa tertentu (Balawera,2013). Pengambilan keputusan konsumen pada dasarnya merupakan proses pemecahan masalah.

² Render dan Jay Heizer, Prinsip-Prinsip Manajemen Operasi(Jakarta:Salemba Empat, 2001) hlm.33

³ <http://manjpejualan.blogspot.com/2015/12/lokasitempat.html>

⁴ Citra Faiza Putri Yunda, Analisis Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian(studi kasus pada waroeng cowek ireng cabang tusam Semarang),*Skripsi*,(Universitas Diponegoro,2014)

Setiadi, mendefinisikan bahwa inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya. Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa semua perilaku sengaja dilandaskan pada keinginan yang dihasilkan ketika konsumen secara sadar memilih salah satu diantara tindakan alternatif yang ada.⁵

Keputusan pembelian sangat berpengaruh dengan harga yang ditawarkan oleh sebuah produk atau makanan. Secara sederhana definisi harga adalah pencerminan dari nilai. Dalam teori ekonomi harga, nilai dan faedah merupakan istilah-istilah yang berhubungan. Faedah adalah atribut barang yang dapat memuaskan kebutuhan. Sedangkan nilai adalah ungkapan secara kuantitatif tentang kemampuan barang agar dapat menarik dalam pertukaran. Karena perekonomian kita menggunakan sistem barter maka untuk mengadakan pertukaran atau untuk mengukur suatu barang kita menggunakan uang. Istilah yang dipakai adalah harga. Jadi harga adalah nilai yang dinyatakan dalam rupiah.⁶

Adapun indikatornya adalah sebagai berikut: (a) Harga yang terjangkau oleh daya beli atau kemampuan konsumen (b) Harga harus memiliki daya saing dengan harga produk lain (c) Kesesuaian antara harga dengan kualitas atau jasa.⁷

⁵ Sangadji Etta Mamang dan Sopiah, 2013, *Perilaku Konsusmen,(CV Andi Offset) Yogyakarta*

⁶ Irawan, dkk, *Pemasaran Prinsip dan Kasus, BPFE, Yogyakarta, 1996, Halm. 110*

⁷ Jurnal, Ian Antonius dan Sugiono Sugiharto, 2013, halm. 6

Menurut Jajat Kristanto, minimal ada 3 peran atau fungsi utama harga yaitu, pertama turut menentuksn volume penjualan. Dengan mengacu pada kurva penawaran dan permintaan, kita mengetahui bahwa harga berbanding terbalik dengan volume penjualan, semakin tinggi harga sebuah produk maka volume penjualan semakin rendah.

Dalam persaingan dunia bisnis sudah semakin tajam, para pemasar dituntut tidak hanya meningkatkan kualitas produk tetapi juga kualitas pelayanan untuk bisa tampil sebagai pemenang dalam persaingan. Dimana produk-produk sejenis sudah semakin tipis perbedaannya dalam hal kualitas, maka yang menjadi kunci utama untuk menjadi pemenang dalam persaingan tersebut adalah kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada para pelanggan.

Kini semakin disadari bahwa kualitas pelayanan terutama pada restoran makanan Sushi yang lagi maraknya dikalangan remaja sampai orang dewasa merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Survive tidaknya suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuan perusahaan itu sendiri dalam memberikan pelayanan yang memuaskan kepada para pelanggannya.⁸

Salah satu makanan khas Negeri Sakura yang begitu mendunia adalah Sushi. Makanan khas Jepang ini terdiri dari nasi yang dibentuk bersama berbagai macam pilihan lauk seperti ikan laut, daging ayam, sayuran dan berbagai lauk lainnya yang mentah maupun sudah dimasak.

⁸ Wili Andri Median, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Jurnal, (Yogyakarta, indonesia: Program Studi Manajemen, Universitas Sanata Dharma, 2007) hlm 1

salah satu Restoran Sushi yang disenangi semua kalangan yaitu Ichiban Sushi.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, mengindikasikan adanya *research gap* dari variabel independen yang mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.2
Research Gap Harga Terhadap Keputusan Pembelian

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian	1. Dedi Nurdiansyah
	Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian	1. Rizky Ishak

Sumber: Dikumpul dari berbagai sumber

Harga terhadap Keputusan Pembelian yang diteliti oleh Dedi Nurdiansyah⁹ menunjukkan bahwa Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan Rizky Ishak¹⁰ menunjukkan bahwa Harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

⁹ Dedi Nurdiansyah, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Olahraga Merek Adidas di Bandar Lampung", *Skripsi* (Universitas Lampung, 2017)

¹⁰ Rizky Ishak, "Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor pada CV. Megatama Motor di Makassar

Tabel 1.3
Research Gap Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian	1. Abdul Harits Agung Wibowo
	Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian	1. Widha Emil Luthfia

Sumber: Dikumpul dari berbagai sumber

Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian yang diteliti oleh Abdul Harits Agung Wibowo¹¹ menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan Widha Emil Luthfia¹² menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Tabel 1.4
Research Gap Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian	1. Citra Faizah Putri Yunda
	Lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian	1. Vivi Laili Syufa'ati

Sumber: Dikumpul dari berbagai sumber

¹¹ Abdul Harits Agung Wibowo, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Setan Jember", *Skripsi*, (Universitas Jember, 2013)

¹² Widha Emil Luthfia, "Analisi Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Coffe Shop Kofisyop Tembalang", *Skripsi*, (Universitas Diponegoro, 2012)

Lokasi terhadap Keputusan Pembelian yang diteliti Oleh Citra Faizah Putri Yunda¹³ menunjukkan bahwa Lokasi berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan Vivi Laili Syufa'ati¹⁴ menunjukkan bahwa Loyalitas Pelanggan tidak berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas. Maka peneliti mengambil judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ichiban Sushi di Palembang Square.”**

B. Batasan Masalah

Untuk menjaga agar tidak terjadi kesimpang siuran, peneliti membatasi penulisan skripsi hanya pada konsumen yang pernah makan di restoran Ichiban Sushi Palembang Square.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka dalam skripsi ini peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Ichiban Sushi Palembang Square?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Ichiban Sushi Palembang Square?

¹³ Citra Faizah Putri Yunda, "Analisis Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Waroeng Cowek Ireng Cabang Tusam Semarang)", *Skripsi*, (Universitas Diponegoro, 2014)

¹⁴ Vivi Laili Syufa'ati, "Pengaruh Produk, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Maccadina Yogyakarta)", *Skripsi*, (UIN Sunan Kalijaga, 2016)

3. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian ichiban sushi palembang square?
4. Bagaimana pengaruh harga, kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama terhadap keputusan pembelian?
5. Bagaimana pengaruh harga, kualitas pelayanan, lokasi, terhadap keputusan pembelian dalam sudut pandang ekonomi syariah?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh antara variabel harga terhadap keputusan pembeli.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembeli.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara variabel lokasi terhadap keputusan pembeli.
4. Untuk mengetahui pengaruh antara variabel harga, kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama terhadap keputusan pembeli.
5. Untuk mengetahui harga, kualitas pelayanan, lokasi dan keputusan pembelian dalam sudut pandang ekonomi syariah.

E. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan akan bermanfaat dalam memberikan sumbangan konseptual bagi perkembangan ilmu manajemen pemasaran dan juga sebagai tambahan ilmu pengetahuan serta

referensi atau perbandingan penelitian selanjutnya khususnya dalam menghasilkan konsep mengenai *pengaruh harga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian*.

2. Secara Praktis

Pada sebuah restoran khususnya konsumen ichiban sushi di Palembang square untuk dapat mengetahui sejauh mana harga, kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh pada keputusan pembelian. Kemudian hasil dari penelitian ini dijadikan bahan pertimbangan dalam menyusun strategi dan menyusun kebijakan pemimpin untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika ini berguna untuk memberikan gambaran secara jelas agar tidak menyimpang dari pokok permasalahan, secara sistematis susunan skripsi ini adalah sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian dan sistematika penulisan

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini berisi penjelasan dari beberapa teori dari berbagai sumber-sumber referensi buku atau jurnal yang relevan dengan masalah yang ingin diteliti, penelitian sebelumnya yang menjadi landasan

penulis untuk melakukan penelitian ini, kerangka konseptual serta hipotesis penelitian yang akan diuji

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang desain penelitian, sumber dan jenis data, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, variabel-variabel penelitian, teknik pengumpulan data yaitu uji asumsi klasik dan uji hipotesis

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari gambaran umum tentang objek penelitian, karakteristik responden, data deskriptif, hasil analisis data, hasil pengujian hipotesis serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir dimana penulis keberhasilan tujuan dari penelitian. Simpulan juga menunjukkan hipotesis mana yang didukung dan mana yang tidak didukung oleh data. Saran-saran yang berisi keterbatasan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran bagi penelitian yang akan datang.