

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Konsumen memperhatikan berbagai macam atribut yang melekat pada suatu rumah makan yang dijadikan sebagai pertimbangan yang nantinya akan membentuk preferensi konsumen. preferensi dapat dianggap sebagai sikap individu terhadap satu set objek, biasanya tercermin dalam proses pengambilan keputusan eksplisit. Di sisi lain, orang bisa menafsirkan istilah preferensi berarti penilaian evaluatif dalam arti menyukai atau tidak menyukai suatu objek, yang merupakan definisi yang paling khas digunakan dalam psikologi. Menurut Kotler & Amstrong (2011, hlm. 245) preferensi adalah proses seseorang dalam memilih informasi atau sesuatu hal yang lebih disukai oleh konsumen. Preferensi konsumen didefinisikan sebagai pilihan suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu produk barang atau jasa yang dikonsumsi. Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada.

Layout atau tata letak merupakan satu keputusan yang menentukan efisiensi sebuah operasi dalam jangka panjang. Banyak dampak strategis yang terjadi dari hasil keputusan tentang layout, diantaranya kapasitas, proses, fleksibilitas, biaya, kualitas lingkungan kerja, kontak konsumen dan citra perusahaan. Layout yang efektif membantu perusahaan mencapai sebuah strategi yang menunjang strategi bisnis yang telah ditetapkan diantaranya diferensiasi, biaya rendah maupun respon cepat.

Aspek lain yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian adalah harga dan kualitas produk. Menurut Kotler & Amstrong (2011, hlm.

151) harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Harga juga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Sementara kualitas produk menurut Kotler adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil / kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan.

Hasil pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengungkapkan bahwa di Kabupaten Tanah Laut terdapat 3 (tiga) buah rumah makan yang mengusung konsep rumah makan wisata atau wisata kuliner, sebagaimana yang tersaji pada tabel berikut:

Tabel 1. 1.
Rumah Makan Wisata di Kabupaten Tanah Laut

No.	Nama Rumah Makan	Alamat
1.	Bon Sawit	Desa Tampang, RT.03 / RW.02, Pelaihari, Gn. Melati, Kec. Batu Ampar, Kabupaten Tanah Laut, Kalimantan Selatan
2.	Lesehan Tepi Danau	Jl. Tambak Ikan Tawar, Bendungan Indah Jaya, Ambungan, Pelaihari, Ambungan, Kec. Pelaihari, Kabupaten Tanah Laut, Kalimantan Selatan
3.	Pondok Sekatul Vienang	Jl. Taruna, RT.14/RW.04, Karang Taruna, Kecamatan Pelaihari, Kabupaten Tanah Laut, Kalimantan Selatan

Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Tanah Laut, 2022.

Dari ketiga rumah makan tersebut Bon Sawit merupakan rumah makan dengan fasilitas yang paling lengkap dan selama pandemi Covid-19 ini jumlah konsumennya tetap banyak, khususnya di hari sabtu dan minggu serta hari libur nasional.

Bon Sawit merupakan salah satu Rumah Makan yang berlokasi di Pelaihari Kabupaten Tanah Laut yang beroperasi dengan konsep rumah makan wisata. Rumah makan ini tidak hanya menawarkan sajian beragam makanan Tradisional Kalimantan Selatan khususnya Banjar, tetapi juga menawarkan beragam hiburan bagi pengunjung

sekaligus konsumennya sebab Bon Sawit memiliki beragam fasilitas hiburan dan permainan mulai dari wahana permainan air, panggung pentas musik serta tatanan tata letak fasilitasnya yang menyediakan tempat makan dengan konsep lesehan Bon Sawit ini tetap mampu mempertahankan eksistensi usahanya ditengah persaingan bisnis kulinerj yang semakain ketat, oleh sebab itulah penulis tertarik untuk menjadikan Rumah Makan Bon Sawit sebagai lokasi penelitian.

Fasilitas pada rumah makan Bon Sawit Pelaihari Kabupaten Tanah Laut memili tata letak yang unik, sebab mengusung konsep rumah makan wisata, maka ada beberapa tambahan fasilitas seperti taman bermain anak, wahana permainan air dan kolam renang, selan itu penempatan arena bermain air di tengah-tengah areal rumah makan menjadi pertimbangan bagi konsumen, karena bisa menikmati makanan sambil mengawasi anak-anak yang bermain. Selain itu, rumah makan ini juga menyediakan *washtafel* atau tempat cuci tangan. Dari aspek harga, Rumah makan Bon Sawit mematok harga yang terjangkau, menu yang ditawarkan pun ada yang dihargai per porsi dan ada pula yang dihargai per kilo, sehingga mempermudah konsumen untuk memilih makanan sesuai dengan kemampuan konsumen. Dari aspek kualitas produk, Rumah Makan Bon Sawit memiliki cita rasa khas masakan Banjar yang baru akan dimasak setelah ada order dari konsumen, sehingga makanan yang disajikan benar-benar *fresh from the kitchen*.

Hasil telaahan peneliti pada beberapa penelitian mengungkapkan bahwa telah ada penelitian mengenai pengaruh tata letak fasilitas, harga dan kualitas produk terhadap preferensi konsumen melakukan pembelian sebagaimana penelitian dari Yogesh & Sharma (2013, hlm. 67) menunjukkan bahwa kualitas makanan merupakan

atribut paling tinggi dalam preferensi konsumen, lokasi menempati peringkat kedua setelah kualitas makanan. Begitu juga dengan penelitian Joshi (2015, hlm. 1055) menempatkan kualitas makanan menjadi preferensi utama konsumen memilih makanan. Faktor yang berpengaruh terhadap preferensi konsumen memilih sebuah restoran menurut penelitian dari Abdullah (2016, hlm, 543) yang menyatakan *Factorial analysis confirmed five dimensions of customer preference, and using multiple regression, their order of importance are Halal (permissible in Islam), Price, Quality of Service, Branding and Tangibles. Knowing these dimensions relative influence may result in better allocation of resources for effective service delivery.* Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa harga merupakan faktor yang berpengaruh terhadap preferensi konsumen.

Merujuk pada uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh tata letak fasilitas, harga dan kualitas produk terhadap preferensi konsumen melakukan pembelian pada Rumah Makan Bon Sawit Pelaihari.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh tata letak fasilitas, harga dan kualitas produk secara parsial terhadap preferensi konsumen melakukan pembelian pada Rumah Makan Bon Sawit Pelaihari?

2. Apakah terdapat pengaruh tata letak fasilitas, harga dan kualitas produk secara simultan terhadap preferensi konsumen melakukan pembelian pada Rumah Makan Bon Sawit Pelaihari?

C. Tujuan Penelitian

Merujuk pada rumusan masalah, maka tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh tata letak fasilitas, harga dan kualitas produk secara parsial terhadap preferensi konsumen melakukan pembelian pada Rumah Makan Bon Sawit Pelaihari.
2. Untuk mengetahui pengaruh tata letak fasilitas, harga dan kualitas produk secara simultan terhadap preferensi konsumen melakukan pembelian pada Rumah Makan Bon Sawit Pelaihari.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Secara teoritis tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tata letak fasilitas, harga dan kualitas produk terhadap Preferensi konsumen dalam melakukan pembelian pada Rumah Makan Bon Sawit Pelaihari dan diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian sejenis di masa yang akan datang.

2. Secara Praktis

- a. Bagi peneliti, sebagai penambah pengetahuan penulis dalam pemahaman mengenai pengaruh tata letak fasilitas, harga dan kualitas produk terhadap Preferensi konsumen dalam melakukan pembelian pada Rumah

Makan Bon Sawit Pelaihari, serta media untuk belajar dalam memecahkan masalah.

- b. Bagi pihak luar, penelitian ini dapat digunakan bahan masukan bagi Rumah Makan Bon Sawit Pelaihari untuk dapat meningkatkan jumlah konsumen.
- c. Bagi akademisi, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam melakukan pembelian.

E. Definisi Operasional

Guna memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam melakukan penelitian guna membantu dalam penulisan skripsi ini, perlu merasa memberikan definisi operasional sebagaimana berikut ini:

1. Tata letak Fasilitas

Tata letak fasilitas (*layout and design variables*, X1), merupakan gambar tampak atas yang berskala dari area toko yang memperlihatkan pembagian area, indikatornya adalah (Turley & Milliman, 2000, hlm. 143). Tata letak fasilitas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tata letak fasilitas dari Rumah Makan Bon Sawit Pelaihari yang dilihat melalui indikator alokasi luas ruangan, penataan meja dan kursi serta lokasi penempatan ruangan.

2. Harga

Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan (Kotler & Amstrong, 2011, hlm. 151). Harga yang dimaksud dalam penelitian ini adalah harga yang dipatok oleh Rumah Makan Bon Sawit Pelaihari Kabupaten Tanah Laut atas tiap produk atau menu makanan yang ditawarkan yang diukur melalui indikator: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat.

3. Kualitas Produk

Kualitas produk menunjukkan ukuran tahan lamanya produk itu, dapat dipercayainya produk tersebut, ketepatan (precision) produk, mudah mengoperasikan dan memeliharanya serta atribut lain yang nilai. Dari segi pandang pemasaran, kualitas diukur dalam ukuran persepsi pembeli tentang mutu atau kualitas produk tersebut. Kebanyakan produk disediakan atau diadakannya mulanya berawan pada satu diantara empat tingkat kualitas yaitu kualitas rendah, kualitas rata-rata (sedang), kualitas baik (tinggi), dan kualitas sangat baik (Oentoro, 2018, hlm. 128). Kualitas produk yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kualitas produk rumah makan Bon Sawit Pelaihari Kabupaten Tanah Laut yang dilihat melalui indikator: kinerja, ciri-ciri atau keitimewaan, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, *serviceability*, estetika dan kualitas.

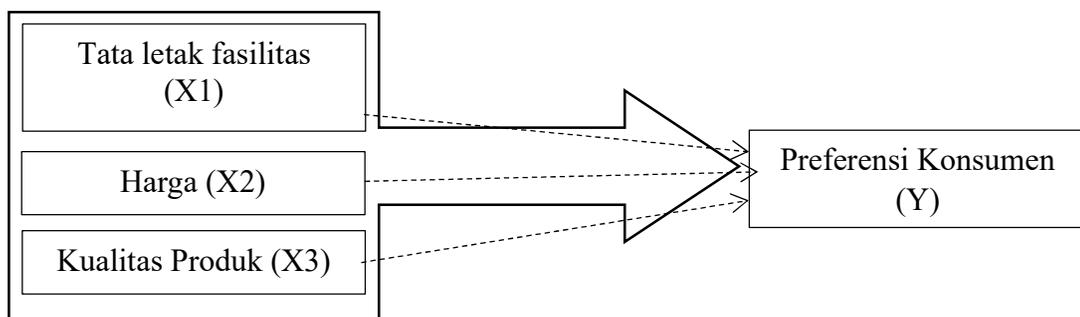
4. Preferensi Konsumen

Preferensi adalah proses seseorang dalam memilih informasi atau sesuatu hal yang lebih disukai oleh konsumen. Preferensi konsumen didefinisikan sebagai pilihan suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu produk barang atau jasa

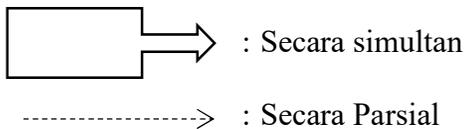
yang dikonsumsi. Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada (Kotler & Armstrong, 2011, hlm. 245). Preferensi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah preferensi konsumen pada Rumah Makan Bon Sawit Pelaihari Kabupaten Tanah Laut.

F. Kerangka Pemikiran

Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Keterangan:



G. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil telaahan terhadap penelitian terdahulu ada beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

Erinda & Kumadji (2016) dalam jurnal “Analisis Faktor-Faktor Preferensi Pelanggan dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian (Studi terhadap

Pelanggan McDonald's di Indonesia dan Malaysia)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor Preferensi pelanggan terhadap restoran McDonalds dan pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian. Terdapat 21 variabel faktor-faktor preferensi konsumen yang digunakan dalam penelitian ini serta pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Lokasi penelitian ini dilakukan di Indonesia dan Malaysia pada responden Mahasiswa yang menyukai restoran cepat saji McDonalds. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus dari Machin dan Campbell (1987:89). Sampel dalam penelitian ini berjumlah 116 orang responden konsumen McDonalds. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling dan metode pengumpulan data menggunakan angket. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah uji instrumen (uji validitas dan reliabilitas), analisis faktor dan analisis regresi linier berganda. Persamaannya adalah sama-sama meneliti mengenai preferensi konsumen, sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian karena penelitian Erinda & Kumadji (2016) dilakukan pada restoran McDonalds dan penelitian sekarang dilakukan di Rumah Makan Bon Sawit Pelaihari.

Irlatifah, (2018) dalam Skripsi berjudul “Analisis Pengaruh Store Layout dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Beli Konsumen (Studi Kasus Konsumen Pamela 6 Yogyakarta)” Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh analisis pengaruh store layout dan kualitas pelayanan terhadap keputusan beli. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Pamella 6 dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden dengan proses pengambilan sampel menggunakan metode convenience sampling. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian

ini adalah metode analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa secara keseluruhan terdapat pengaruh positif dan signifikan alokasi ruang lantai, penentuan pola berjalan, penentuan kebutuhan ruang, pemetaan dalam toko terhadap keputusan beli, terdapat pengaruh negatif dan signifikan penataan produk terhadap keputusan beli, terdapat pengaruh positif dan signifikan tangibles, assurance, empathy terhadap keputusan beli, terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan realibility terhadap keputusan beli, terdapat pengaruh negatif dan signifikan responsiveness terhadap keputusan beli, berdasarkan ke 10 dimensi pada store layout dan kualitas pelayanan diperoleh hasil bahwa dimensi penentuan kebutuhan ruang memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan beli sebesar 64,4%. Persamaan penelitian Irlatifah dengan penelitian sekarang adalah sama-sama menjadikan tata letak fasilitas atau *store layout* sebagai salah satu variabel bebas, sedangkan perbedaannya adalah terletak pada lokasi penelitian dan variabel terikat yang digunakan sebab penelitian Irlatifah menjadikan keputusan beli sebagai variabel terikat, sedangkan penelitian sekarang menjadikan preferensi konsumen sebagai variabel terikat.

Hasanah (2019) dalam jurnal berjudul “Faktor-Faktor Preferensi Konsumen dalam Memilih Produk Furniture Geometric Creation”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang membentuk preferensi konsumen dalam memilih produk furnitur Geometric creation. Jumlah sample yang digunakan sejumlah 54 responden. Pendekatan penelitian dilakukan secara kuantitatif dengan menggunakan metode Confirmatory factor analysis (CFA) yang diolah menggunakan program Smart PLS 3.0. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang berdasarkan pada

indikator dari lima variabel yang diperkirakan membentuk preferensi konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat lima faktor yang membentuk preferensi konsumen dalam memilih produk furniture Geometric Creation, yaitu kualitas produk, fitur, desain, harga dan kualitas layanan. Persamaan dengan penelitian sekarang adalah sama-sama membahas mengenai preferensi konsumen, sedangkan perbedaannya ada pada jenis produknya karena penelitian sekarang menyorot produk berupa makanan, sedangkan penelitian Hasanah menyorot produk furnitur. Perbedaan lainnya terletak pada alat analisisnya karena Hasanah menggunakan PLS 3.0, sedangkan penelitian sekarang menggunakan SPSS 26.

H. Hipotesis

Hipotesis atau kesimpulan yang sifatnya sementara tentang pengaruh variabel yang digunakan dalam model dan yang akan dibuktikan kebenarannya dalam penelitian ini adalah;

Hipotesis 1

H₀₁ : Tata letak fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Preferensi konsumen dalam melakukan pembelian pada Rumah Makan Bon Sawit Pelaihari.

H_{a1} : Tata letak fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Preferensi konsumen dalam melakukan pembelian pada Rumah Makan Bon Sawit Pelaihari.

Hipotesis 2

H₀₂ : Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Preferensi konsumen dalam melakukan pembelian pada Rumah Makan Bon Sawit Pelaihari.

H_{a2} : Harga berpengaruh signifikan terhadap Preferensi konsumen dalam melakukan pembelian pada Rumah Makan Bon Sawit Pelaihari.

Hipotesis 3

H₀₃ : Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Preferensi konsumen dalam melakukan pembelian pada Rumah Makan Bon Sawit Pelaihari.

H_{a3} : Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Preferensi konsumen dalam melakukan pembelian pada Rumah Makan Bon Sawit Pelaihari.

Hipotesis 4

H₀₄ : Tata letak fasilitas, harga dan kualitas produk secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap Preferensi konsumen dalam melakukan pembelian pada Rumah Makan Bon Sawit Pelaihari

H_{a4} : Tata letak fasilitas, harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Preferensi konsumen dalam melakukan pembelian pada Rumah Makan Bon Sawit Pelaihari

I. Sistematika Pembahasan

Hasil penelitian akan disusun ke dalam 5 (lima) Bab sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan. Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori, yang memuat landasan teoritis berkaitan dengan Tata letak Fasilitas, Harga, Kualitas Produk, dan Preferensi Konsumen.

Bab III Metode Penelitian, berisi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, Teknik Pengumpulan data, desain pengukuran dan Teknik Analisa Data.

Bab IV Hasil Penelitian, berisi Data Penelitian yang terdiri dari gambaran umum Rumah Makan Bon Sawit, karakteristik responden, deskripsi variabel penelitian, hasil uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji hipotesis dan Pembahasan.

Bab V Penutup, berisi simpulan dan saran

Daftar Pustaka

Lampiran