

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Masyarakat Indonesia tidak bisa lepas dengan yang namanya makanan terutama kebutuhannya pada camilan. Masyarakat Indonesia sangat gemar mengonsumsi camilan, hal ini dibuktikan dengan beragamnya jenis camilan yang ditujukan untuk semua kalangan umur. Perilaku masyarakat Indonesia yang sering mengonsumsi camilan disebabkan karena camilan dinilai menjadi penambah energi bagi tubuh sebelum waktunya jam makan. Beragamnya varian camilan yang tersedia membuat camilan tidak dapat tergantikan posisinya dihati masyarakat (Silaningsih, 2018). Camilan menawarkan berbagai rasa seperti asin, manis, gurih, pedas dan lain-lain. Sehingga semua kalangan baik anak-anak maupun orang dewasa dapat menikmati jenis makanan ini. Masyarakat biasanya mengonsumsi camilan pada saat waktu luang atau saat menunggu waktu jam makan untuk mengisi perutnya agar tidak merasakan lapar yang tak tertahan. Karena camilan termasuk dalam jenis makanan ringan maka memakannya dalam jumlah banyak tidak akan terlalu memberikan efek kenyang. Oleh karena tingginya minat masyarakat akan camilan, hal tersebut dapat dimanfaatkan menjadi peluang untuk memulai sebuah bisnis yang bergerak dalam bidang camilan.

Bisnis di bidang camilan mengalami pertumbuhan yang positif. Hal ini dibuktikan menurut data dari [www.statistica.com](http://www.statistica.com), pada tahun 2021 volume dari

distribusi camilan di Indonesia mencapai 1.281 juta kilogram, terjadi pertumbuhan sebesar 8% dari tahun 2020 dengan nilai volume sebesar 1.183 juta kilogram. Dan pada akhir tahun 2022 diprediksi bahwa volume dari distribusi makanan ringan atau snack sebesar 1.357 juta kilogram atau naik sebesar 6%. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian terhadap camilan meningkat dari tahun ketahun. Keputusan pembelian adalah sebuah pemikiran yang dimana individu mempertimbangkan beberapa pilihan dan akhirnya menentukan pilihan dari terhadap sebuah produk dari sekian banyak pilihan (Yusuf, 2021). Keputusan pembelian sendiri dapat ditingkatkan melewati berbagai faktor yang diantaranya yaitu *social support* (dukungan sosial), kualitas produk, dan lokasi. *Social support* diyakini dapat untuk mempengaruhi keputusan pembelian, hal ini dikarenakan manusia merupakan makhluk sosial yang gemar bersosialisasi yang dimana terdapat komunikasi didalamnya. Di dalam komunikasi ini manusia akan menceritakan tentang produk yang pernah ia beli atau pakai. Sedangkan kualitas produk mempunyai peran yang penting dalam meningkatkan keputusan pembelian karena semakin bagus atau tinggi kualitas produknya maka akan membuat konsumen tertatik. Pengukuran dari keputusan pembelian tidak terlepas dari lokasi tempat melakukan usaha karena jika lokasi mudah untuk dijangkau maka konsumen tidak akan mengalami kesusahan untuk mendapatkan produk.

*Social support* merupakan sebuah bentuk dari kenyamanan yang berupa psikologis ataupun fisik yang didapat dari keluarga maupun sahabat terdekat (Baron & Bryne, 2018). Peninjauan *social support* dapat dilakukan dengan cara seberapa banyak terdapat interaksi sosial yang telah dilakukan pada sebuah hubungan dan berkaitan dengan lingkungan sekitarnya. *Social support* sendiri

adalah bentuk dari rasa nyaman, dihargai, diperhatikan, dan menerima sebuah informasi atau pertolongan yang bersumber dari orang maupun kelompok lain. Hal ini menjadikan alasan seorang konsumen untuk tertarik menggunakan atau membeli suatu produk dikarenakan mendapat dukungan dari orang-orang disekitarnya. *Social support* yang didapatkan oleh individu berasal dari orang-orang terdekat ataupun orang yang telah mengerti tentang keadaannya. Hal tersebut dikarenakan apabila seseorang yang sudah cukup lama dekat akan cenderung lebih mudah untuk dapat memahami serta mendapatkan kepercayaan dari individu tersebut (Azizah, 2017).

Selanjutnya yang dapat mempengaruhi suatu keputusan pembelian adalah kualitas produk. Menurut Kotler dan Keller (2018) kualitas produk adalah kemampuan dari produk dalam menjalankan fungsi-fungsinya yang meliputi kehandalan, ketelitian, ketahanan yang diperoleh dari produk dengan secara keseluruhan. Perusahaan harus senantiasa melakukan peningkatan kualitas terhadap produknya dikarenakan dengan meningkatkan kualitas produk dapat membuat konsumen merasa puas dengan produk yang kita berikan serta dapat mempengaruhi konsumen lain untuk membeli kembali produk tersebut. Jika perusahaan tidak inovatif dan konsisten menjaga kualitas dari produknya dipastikan akan terjadi penurunan keputusan pembelian terhadap produk yang dipasarkannya. Karena konsumen selalu mempunyai keinginan dimana produk yang didapat harus mempunyai kualitas yang baik dan tinggi.

Terakhir yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah lokasi. Menurut Tjiptono (2018) lokasi lebih mengacu kepada beragam aktivitas pemasaran yang mempunyai usaha untuk mempermudah serta memperlancar

penyaluran atau penyampaian suatu barang dan jasa yang berasal dari produsen ke konsumen. Penentuan dan pemilihan lokasi menjadi salah satu strategi yang harus diperhatikan bagi perusahaan, baik untuk perusahaan manufaktur atau perusahaan retail. Pemilihan lokasi dibutuhkan pada saat perusahaan sedang mendirikan usaha barunya, menjalankan ekspansi usaha yang sudah ada atau memindahkan lokasi perusahaan pada lokasi lainnya. Penentuan lokasi sangatlah penting dikarenakan berkaitan langsung dengan besar kecilnya biaya operasional, kemampuan bersaing dan harga.

Objek dari penelitian kali ini adalah konsumen dari Makaronimu yang berada di Kecamatan Dolopo, Kabupaten Madiun. Alasan dari peneliti memilih objek ini adalah berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti yang dimana menemukan fenomena maraknya bisnis makanan yang mempunyai rasa pedas pada kalangan masyarakat Indonesia. Fenomena tersebut tidak bisa terlepas dari perilaku masyarakat Indonesia yang sangat gemar pada rasa pedas yang dimana sudah menjadi ciri khas dari makanan Indonesia yang selalu mempunyai rasa pedas. Sehingga Makaronimu pun muncul akibat adanya fenomena tersebut.

Sebuah usaha sangat erat kaitannya dengan konsumen karena apabila tidak adanya konsumen maka sebuah usaha tidak akan mendapatkan sebuah pendapatan. Konsumen dari Makaronimu dipilih menjadi objek penelitian dikarenakan konsumen gemar terhadap makanan pedas yang dimana sesuai dengan fenomena yang telah diamati oleh peneliti. Selain itu konsumen mendapat dukungan sosial yang berasal dari teman atau keluarganya untuk mencoba membeli produk dari Makaronimu. Dengan kualitas produk serta lokasi yang

mudah dijangkau oleh konsumen, maka diduga mempunyai keterkaitan dengan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

Berdasarkan dari penjabaran fenomena diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait **“Pengaruh *Social Support*, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Outlet Makaronimu Madiun (Outlet Kecamatan Dolopo)”**.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan penjabaran latar belakang diatas, maka dapat diambil rumusan masalah penelitian sebagai berikut :

- a. Apakah social support berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Makaronimu Madiun (Outlet Kecamatan Dolopo)?
- b. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Makaronimu Madiun (Outlet Kecamatan Dolopo)?
- c. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Makaronimu Madiun (Outlet Kecamatan Dolopo)?
- d. Apakah social support, kualitas produk, lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Makaronimu Madiun (Outlet Kecamatan Dolopo)?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan penjelasan pada perumusan masalah tersebut maka penelitian ini secara umum bertujuan sebagai berikut :

- a. Mengetahui pengaruh social support terhadap keputusan pembelian pada Makaronimu Madiun (Outlet Kecamatan Dolopo)

- b. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Makaronimu Madiun (Outlet Kecamatan Dolopo)
- c. Mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada Makaronimu Madiun (Outlet Kecamatan Dolopo)
- d. Mengetahui pengaruh social support, kualitas produk, lokasi terhadap keputusan pembelian pada Makaronimu Madiun (Outlet Kecamatan Dolopo)

## 2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini mempunyai manfaat bagi seluruh pihak, manfaa dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1. Bagi Peneliti

Bagi peneliti bermanfaat untuk menambah ilmu pengetahuan dan wawasan baru yang nantinya diharapkan dapat menerapkan teori-teori yang telah diperoleh pada saat kuliah.

### 2. Bagi Akademis

Bagi akademis diharapkan untuk dapat memberikan pedoman dan ilmu pengetahuan serta menjadi bahan referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya dibidang yang sama.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk referensi serta sebagai bahan pengembangan dan perbandingan untuk dilakukannya penelitian selanjutnya.