

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Masalah

Di era informasi yang sedang berkembang dengan cepat dan pesat dewasa ini, memungkinkan setiap individu atau kelompok menerima, menyerap dan mengkaji segala sesuatu yang terjadi dengan cepat yang berasal dari belahan dunia yang sangat luas. Hal ini tentu akan berpengaruh terhadap perilaku manusia yang cenderung ingin mendapatkan segalanya dengan cepat dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya dalam kapasitas memuaskan, baik dalam pemenuhan informasi, teknologi bahkan pemenuhan akan tersedianya kebutuhan hidup sehari-hari, salah satunya adalah pemenuhan akan kebutuhan makanan dan minuman.

Mengingat kebutuhan akan makanan merupakan hal yang utama dalam kehidupan manusia yang harus dipenuhi. Bisnis di bidang makanan saat ini banyak dicoba oleh para pelaku bisnis. Sudah tentu dengan banyaknya pengusaha dibidang ini, semakin banyak pula pesaing yang dihadapi. Perkembangan restoran di era globalisasi ini telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang. Melihat kondisi tersebut menyebabkan pelaku bisnis restoran semakin dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat dalam memenuhi target penjualan. Mengingat perkembangan teknologi yang makin berkembang, manusia dituntut dengan cepat dan tepat untuk bertindak agar tidak kalah bersaing.

Dalam meningkatkan persaingan masing-masing restoran harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan produk yang terbaik yang berbeda dengan restoran lainnya dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah, serta dengan pelayanan yang memuaskan untuk meningkatkan loyalitas konsumen.

Masyarakat modern ditandai dengan aktivitas kerja yang tinggi. Aktivitas tersebut berdampak pada semakin banyak wanita pekerja atau karir yang menghabiskan waktu di luar rumah, sehingga kesulitan dalam menjalankan aktivitas sebagai ibu rumah tangga termasuk menyediakan makanan bagi keluarga. Kelompok keluarga dengan ekonomi cukup, cenderung memilih makan di luar rumah dengan memilih tempat restoran atau cafe, selain cita rasanya lebih enak juga banyak sekali aneka menu yang ditawarkan, serta suasana yang menyenangkan. Semakin majunya daerah kota Ponorogo, orang semakin sibuk dengan aktivitasnya, sehingga tidak sempat lagi untuk mempersiapkan sendiri makan di rumah dan orang cenderung ingin menikmati makanan yang siap saji. Oleh karena itu, akan menarik bagi masyarakat untuk mendirikan rumah makan, karena bisnis ini cukup menjanjikan, orang setiap hari harus makan, sehingga bisnis rumah makan ini akan mengalami kemajuan pesat yang ditandai dengan banyaknya rumah-rumah makan diberbagai tempat baik di dalam kota maupun di luar kota.

Pemahaman perilaku konsumen tidak lepas dari keputusan membeli suatu produk. Keputusan pembelian merupakan pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa

seseorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan untuk membeli dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan. Banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk. Oleh karena itu pengusaha harus jeli dalam melihat faktor-faktor apa saja yang harus diperhatikan untuk menarik konsumen. Perusahaan harus tanggap terhadap apa yang harus dilakukan terkait dengan kelangsungan hidup usahanya, karena konsumen semakin selektif dalam melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhan. Dimana faktor keragaman menu, harga, dan lokasi merupakan beberapa faktor yang mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian.

Restoran atau biasa disebut Rumah Makan merupakan istilah untuk menyebut usaha yang menyajikan hidangan kepada masyarakat serta menyediakan tempat guna menikmati hidangan dan juga menetapkan biaya tertentu untuk makanan dan pelayanannya. *Restoran* sendiri merupakan kata resapan yang berasal dari bahasa perancis yang di adaptasi oleh bahasa inggris "*restourant*" yang merupakan dari kata "*restaurer*" yang memiliki arti "memulihkan". Di Kota Ponorogo sendiri banyak perusahaan yang mengembangkan bisnis makanan dan semua bersaing demi merebut kepercayaan dari konsumen bahwa produk yang mereka tawarkan adalah yang terbaik. Salah satu rumah makan di Ponorogo yang menarik untuk diteliti penulis yaitu Rumah Makan Ayam Pecak "Mbah Sarni". Rumah makan ini memiliki dekorasi yang menarik yaitu dengan memberikan hiasan, lukisan pada dinding dan beberapa tanaman di pojok

ruangan. Keberadaan Rumah Makan Ayam Pecak “Mbah Sarni” merupakan tempat untuk memenuhi kebutuhan makanan yang strategis karena terletak di pusat kota yang terletak di Jalan Gajah Mada Nomer 17 Ponorogo yang merupakan pusat keramaian.

Sebelum membuat keputusan untuk membeli, konsumen mempertimbangkan banyak faktor, salah satunya adalah keragaman menu. Keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli (Kotler dan Keller, 2007 : 15). Selain ayam pecak , rumah makan Ayam Pecak “Mbah Sarni” menambahkan varian menu lainnya yaitu, lele goreng, nila bakar, nila goreng, nasi uduk ayam pecak dan aneka menu tambahan seperti tumis kangkung, tahu pecak, orek telur, oseng kikil, oseng tempe dan sambal terong, cumi goreng dan tempe pecak. Selain itu, rumah makan ini juga menawarkan berbagai minuman yang menjadi favorit di semua kalangan konsumen seperti beraneka ragam jus, es teh, es jeruk, es lemon tea.

Selain faktor keragaman menu, faktor lain yang harus diperhatikan yaitu faktor harga. Menurut Chandra (2002 : 149) harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non moneter) yang mengandung kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk. Salah satu strategi yang digunakan oleh pemilik rumah makan Ayam Pecak “Mbah Sarni” untuk menarik keputusan membeli konsumen yaitu dengan menawarkan harga yang relatif murah.

Faktor lokasi juga mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan pembelian. Lokasi menentukan kesuksesan suatu jasa karena

erat kaitannya dengan kemudahan dalam menjangkaunya. Salah memilih lokasi dapat berakibat fatal bagi rumah makan. Rumah makan harus menyadari sebelum konsumen melakukan pembelian terhadap suatu produk. Konsumen akan sangat mempertimbangkan faktor lokasi yang sesuai. Oleh karena itu, para pelaku bisnis rumah makan harus mempertimbangkan hal-hal yang strategis dalam penentuan lokasi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan manajer, rumah makan Ayam Pecak “Mbah Sarni” mengalami penurunan jumlah konsumen yaitu pada bulan November. Data tersebut dapat dilihat dari jumlah pembelian pada tabel berikut:

Tabel 1.1  
Konsumen yang Melakukan Pembelian di Rumah Makan  
Ayam Pecak “Mbah Sarni”  
Pada Bulan November 2016

Minggu	Jumlah Konsumen
1	320
2	330
3	250
4	100
<b>Jumlah</b>	<b>1.000</b>

Sumber : Data dari penelitian Rumah Makan Ayam Pecak

“Mbah Sarni”

Berdasarkan tabel di atas konsumen yang melakukan pembelian di Rumah Makan Ayam Pecak “Mbah Sarni” pada bulan November

mengalami penurunan terlihat pada minggu ke-4 berjumlah 100 konsumen bila dibandingkan dengan minggu sebelumnya berjumlah 250 konsumen. Permasalahan yang terjadi berdasarkan data di atas adalah adanya penurunan jumlah konsumen dari minggu ke minggu selama satu bulan terakhir atau berkurangnya jumlah konsumen yang melakukan pembelian di Rumah Makan Ayam Pecak “Mbah Sarni”. Dapat diduga bahwa penurunan jumlah konsumen disebabkan karena keragaman menu yang kurang disukai pelanggan, harga yang masih kurang menjangkau masyarakat dan lokasi rumah makan memiliki tempat parkir yang kurang memadai. Menurut Mowen dan Minor (Oetomo, 2012) suatu hal yang harus diperhatikan dalam persaingan adalah bagaimana setelah konsumen menerima dan merasakan manfaat atau nilai dari suatu produk, konsumen tersebut telah memiliki perilaku loyal, rasa puas dan komitmen terhadap produk tersebut. Demikian pula dengan Rumah Makan Ayam Pecak “Mbah Sarni” yang lebih berorientasi pada upaya untuk mengarahkan pelanggan maupun calon pelanggan untuk berminat membeli terhadap restoran.

Demi kesuksesan dalam menjalankan sebuah usaha maka rumah makan Ayam Pecak “Mbah Sarni” harus memperhatikan keragaman menu, harga dan lokasi. Ketiga faktor tersebut dinilai dapat mempengaruhi kelangsungan hidup suatu perusahaan karena berhubungan dengan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Peneliti akan melakukan penelitian tentang keragaman menu, harga dan lokasi karena

sejauh ini peneliti belum menjumpai peneliti lain dengan variabel dan tempat penelitian yang sama.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Keragaman Menu, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Membeli Konsumen Pada Rumah Makan Ayam Pecak “Mbah Sarni” Ponorogo.**

## 1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat disajikan beberapa masalah sebagai berikut :

- a. Apakah keragaman menu berpengaruh terhadap keputusan membeli konsumen pada rumah makan ayam pecak “Mbah Sarni” Ponorogo?
- b. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan membeli konsumen pada rumah makan ayam pecak “Mbah Sarni” Ponorogo?
- c. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan membeli konsumen pada rumah makan ayam pecak “Mbah Sarni” Ponorogo?
- d. Apakah variabel keragaman menu, harga dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan membeli konsumen pada rumah makan ayam pecak “Mbah Sarni” Ponorogo?

### 1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

#### 1.3.1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini mempunyai tujuan antara lain:

- a. Mengetahui pengaruh keragaman menu terhadap keputusan membeli konsumen pada rumah makan Ayam Pecak “Mbah Sarni” Ponorogo.
- b. Mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan membeli konsumen pada rumah makan Ayam Pecak “Mbah Sarni” Ponorogo.
- c. Mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan membeli konsumen pada rumah makan Ayam Pecak “Mbah Sarni” Ponorogo.
- d. Mengetahui pengaruh keragaman menu, harga dan lokasi terhadap keputusan membeli konsumen pada rumah makan Ayam Pecak “Mbah Sarni” Ponorogo.

### 1.3.2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan akan diperoleh informasi yang bermanfaat antara lain:

a. Bagi Peneliti

- Sebagai pembelajaran dalam penulisan dan penelitian karya ilmiah, khususnya yang berkaitan dengan keputusan membeli konsumen.
- Sebagai sarana untuk menguji kompetensi diri selama mendapatkan teori di bangku kuliah serta sebagai persyaratan untuk mendapat gelar sarjana.

b. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan bagi pemilik usaha untuk meningkatkan serta menarik keputusan membeli konsumen melalui perwujudan variabel-variabel yang mempengaruhinya.

c. Bagi Universitas

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan atau menambah pembendaharaan perpustakaan dan bisa menjadi bahan referensi atau daftar pustaka di kampus.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

- Peneliti dimasa datang disarankan untuk memperbanyak jumlah sampel yang akan digunakan, serta mencoba menambahkan variabel-variabel lain yang berkaitan dengan keputusan membeli konsumen.

- Selain itu peneliti dimasa datang harus mencoba menggunakan wilayah observasi yang berbeda, serta mencoba menggunakan alat analisa data yang lain. Saran ini sangat penting dicoba untuk meningkatkan akurasi hasil penelitian dimasa mendatang.

