

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Lingkungan bisnis kuliner dari waktu ke waktu mengalami pertumbuhan sangat cepat, serta diperlukan adanya sistem manajemen yang efektif juga efisien agar dapat menyesuaikan dengan perubahan, baik secara cepat, tepat, dan terarah juga biaya yang murah. Mengikuti perkembangan sekarang ada beragam bisnis kuliner seperti bisnis restoran maupun bisnis populer catering banyak dijumpai kalangan masyarakat Ponorogo. Banyaknya bisnis kuliner diharapkan mampu meningkatkan perekonomian masyarakat Ponorogo. Adanya beragam bisnis kuliner yang berkembang tidak membuat warung angkringan menjadi sepi pembeli ataupun berkurang peminatnya, karena semakin tingginya sifat konsumtif masyarakat.

Binis warung angkringan mulai ngetrend di Ponorogo pada awal tahun 2000, mengalami peningkatan secara signifikan. Dulu di Ponorogo lebih mengenal warung kopi (warkop), istilah Angkringan sebenarnya berasal dari Jawa Tengah serta identik di daerah Solo dan Yogyakarta. Angkringan berasal dari kata angkring atau nangkring yang artinya duduk santai, bisa di bilang bahwa angringan merupakan tempat alternatif nongkrong pada malam hari. Warung angkringan mungkin terkesan murahan atau kelas rendah, pada kenyataanya konsumen terdiri dari berbagai kalangan seperti tukang becak, mahasiswa, budayawan dan seniman, karyawan

hingga eksekutif kadang tidak sungkan menghabiskan malam untuk menyantap makanan dan minuman yang ada di warung angkringan.

Warung angkringan di Ponorogo sudah semakin ketat seiring dengan banyaknya angkringan yang berdiri untuk memenuhi kebutuhan konsumen karena sejak dulu makanan menempati urutan teratas dalam memenuhi kebutuhan manusia, banyaknya orang dari kalangan menengah sampai atas yang ingin mendirikan bisnis kuliner ini, hal tersebut dikarenakan bisnis angkringan diyakini merupakan bisnis yang lumayan dan menjanjikan dapat menghasilkan keuntungan dalam jangka waktu yang panjang. Hal ini disebabkan oleh besarnya minat masyarakat untuk menikmati makanan maupun fasilitas yang diberikan. Meskipun lokasi usaha warung angkringan telah menyebar di setiap jalan protokol di Kota Ponorogo dan tidak begitu berjauhan dengan warung angkringan di sebelahnya, di maing-maing tempat selalu di penuh oleh pembeli.

Keberadaan pedagang warung angkringan di Kota Ponorogo menjadi suatu fenomena yang menarik. Meskipun lokasi usaha pedagang warung angkringan tidak saling berjauhan namun mereka telah mempunyai pelanggan sendiri-sendiri. Mereka mampu menjalankan usaha dengan baik dan mampu bertahan dalam menghadapi persaingan usaha yang sejenis dengan lokasi usaha yang saling berdekatan.

Warung angkringan di ponorogo menjadi istimewa karena terjadi proses interaksi warga dari bermacam kalangan. Angkringan merupakan sebuah system paling sederhana yang pantas menjadi model suatu hubungan komunikasi sosial, meskipun tidak bisa mencangkup semua aspek. Egalitas

atau sederajat adalah ciri utama komunitas angkringan, tidak peduli siapa yang datang ke angkringan harus siap berbaur tanpa menyangang jabatan apapun seperti pelajar, rakyat, mahasiswa, dokter, insinyur, pengacara, eksekutif perusahaan, pejabat pemerintah atau jabatan lainnya. Inilah yang membuat komunitas angkringan menjadi akrab.

Proses interaksi sosial yang unik tanpa pembatas, materi obrolan sangat beragam dan multi dinamis dengan waktu yang tidak ditentukan. Di angkringan menjadi salah satu sumber informasi terbaru dan menjadi tempat berkumpulnya komunitas salah satunya teman sebaya. Pengaruh teman sebaya “peer group” menurut Johnson dan Sarwono (2001) dalam Murisal (2010) merupakan dua individu atau lebih yang saling berinteraksi tatap muka (face to face interaction) yang masing-masing menyadari keanggotaan dan keberadaan orang lain dalam kelompok serta saling ketergantungan secara positif dalam mencapai tujuan bersama. Karenanya tidak mengherankan jika bisnis angkringan semakin banyak dan ramai di kunjungi pelanggan.

Menurut Grewal, hardest dan Iyer (2004) dalam Tarigan (2016) tingkat tertinggi niat beli ulang terjadi pada konsumen dengan kepercayaan. Dimana ada kepercayaan, ada niat untuk menerima kekurangan berdasarkan harapan positif. Karena konsumen merasakan timbulnya kepuasan, yang membuat pelagan ingin datang kembali ataupun pembelian ulang, hal ini juga merupakan usaha dari penjual untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen di warung angkringan. Adanya kepuasan yang dirasakan konsumen maka akan berpengaruh terhadap timbulnya kepercayaan.

Kebutuhan manusia adalah suatu keadaan dimana sebagian dari pemuasan dasar yang dirasakan serta disadari oleh setiap individu. Kebutuhan menjadi suatu dorongan bila mencapai taraf intensitas yang cukup. Muncunya motivasi karena kebutuhan yang di inginkan oleh konsumen memenuhi kebutuhannya. Terbentuknya motivasi disebabkan adanya keinginan yang datang dari dalam diri seseorang untuk melakukan tindakan. Menurut Kotler dan Keller (2009) dalam Aggriani (2017) mengatakan bahwa indicator dari motivasi konsumen pada produk dapat diukur berdasarkan: dorongan kebutuhan akan memiliki produk, dorongan akan menggunakan produk, dorongan untuk menunjang penampilan, dorongan akan tren yang sedang terjadi di lingkungan sekitar, dan dorongan kegemaran akan produk. Adanya beberapa dorongan konsumen membuat suatu bisnis dapat berjalan. Dorongan konsumen juga berpengaruh kepada keputusan pembelian, disertai dengan keinginan untuk memiliki.

Bisnis angkringan di Ponorogo sudah semakin ketat seiring dengan banyaknya angkringan yang berdiri untuk memenuhi kebutuhan konsumen karena sejak dulu makanan menempati urutan teratas dalam memenuhi kebutuhan manusia, banyaknya orang dari kalangan menengah sampai atas yang ingin mendirikan bisnis kuliner ini, hal tersebut dikarenakan bisnis angkringan diyakini merupakan bisnis yang lumayan dan menjanjikan dapat menghasilkan keuntungan dalam jangka waktu yang panjang. Hal ini disebabkan oleh besarnya minat masyarakat untuk menikmati makanan maupun fasilitas yang diberikan.

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kepercayaan, Motivasi dan Teman Sebaya “Peer Group” Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Warung Angkringan Di Wilayah Ponorogo Kota)**.

## **B. Perumusan Masalah**

Ada pun rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di warung angkringan di wilayah Ponorogo Kota?
2. Apakah motivasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di warung angkringan di wilayah Ponorogo Kota?
3. Apakah kelompok teman sebaya “peer group” berpengaruh terhadap keputusan pembelian di warung angkringan di wilayah Ponorogo Kota?

## **C. Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian**

1. Tujuan penelitian
  - a. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian di warung angkringan di wilayah Ponorogo Kota.
  - b. Untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap keputusan pembelian di warung angkringan di wilayah Ponorogo Kota.
  - c. Untuk mengetahui pengaruh kelompok teman sebaya “peer group” terhadap keputusan pembelian di warung angkringan di wilayah Ponorogo Kota.

## 2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka manfaat penelitian ini yaitu:

### a. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang kepercayaan, motivasi kelompok teman sebaya “peer group” , keputusan pembelian.

### b. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen.

### c. Bagi penelitian lain

Penelitian ini diharapkan member informasi baru kepada pihak- pihak yang berkepentingan dan dapat bermanfaat sebagai bahan pedoman atau pembandingan untuk penelitian yang akan datang sehingga dapat menyusun penelitian lebih baik.

