

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Pangan merupakan suatu kebutuhan setiap orang yang harus dipenuhi agar tetap dapat terus bertahan hidup. Banyak cara yang dilakukan setiap orang untuk memenuhi kebutuhan pangan mereka. Seiring dengan terus berkembangnya zaman, setiap orang semakin sibuk dengan berbagai macam aktivitas, dimana mereka dituntut untuk bekerja dengan aktivitas yang padat sehingga mereka mulai memilih hal yang praktis dengan makan di rumah makan atau restoran dari pada memasak sendiri di rumah.

Perubahan gaya hidup masyarakat yang cenderung konsumtif dan disertai dengan meningkatnya daya beli masyarakat, menyebabkan pola konsumsi masyarakat mulai mengarah kepada peningkatan intensitas masyarakat dalam membeli makanan dan minuman di rumah makan atau restoran. Dengan demikian secara tidak langsung kebutuhan dan keinginan setiap orang juga ikut berubah. Banyak orang memanfaatkan fenomena ini dengan mendirikan usaha di bidang jasa penyediaan makan dan minuman. Berbagai macam jenis usaha rumah makan atau restoran mulai tumbuh dan terus berkembang demi memenuhi kebutuhan pangan masyarakat.

Di Indonesia usaha rumah makan atau restoran sudah cukup menjamur. Usaha rumah makan atau restoran pada masa sekarang ini sudah banyak dijumpai di berbagai kota maupun daerah yang sedang berkembang. Konsumen produk makanan yang merupakan pasar potensial dapat dijadikan indikator besarnya

produk-produk makanan yang mampu diserap baik dari segi kuantitas maupun keragaman produk yang diminati. Kecenderungan konsumen terhadap penggunaan produk yang praktis, murah dan memiliki gizi yang cukup serta preparasi yang cepat saat ini menjadi gaya hidup sehari-hari.

Tidak ketinggalan di Kabupaten Karo yang dikenal sebagai daerah yang kaya dengan budaya serta memiliki tempat wisata yang cukup banyak, dan masyarakatnya mulai lebih suka melakukan pertemuan atau bertemu sahabat atau rekan kerja di tempat nongkrong (kafe, kedai kopi, rumah makan atau restoran) dari pada di rumah mereka sendiri, selain itu banyak juga organisasi, komunitas-komunitas atau klub bahkan keluarga lebih senang berkumpul bersama di luar kantor atau rumah untuk makan ataupun hunting. Keadaan ini tentunya menjadi peluang bagi para usaha kuliner khususnya usaha rumah makan atau restoran. Hal ini terlihat sangat jelas dengan banyaknya usaha rumah makan atau restoran yang terus tumbuh dan berkembang hingga saat ini. Dengan bertambahnya dan semakin menjamurnya usaha rumah makan atau restoran di Kabupaten Karo khususnya wilayah Kabanjahe, maka hal ini membuat semakin ketat persaingan bagi usaha rumah makan atau restoran untuk menarik dan mempertahankan konsumennya. Karena dengan menjamurnya usaha rumah makan atau restoran di Kabanjahe, maka semakin banyak pilihan alternatif bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan yang dapat memuaskan selera.

Usaha rumah makan atau restoran harus mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga dapat memuaskan selera konsumennya. Agar usaha rumah makan atau restoran dapat bertahan dan mampu bersaing, sangat penting

sekali untuk mempelajari dan memahami perilaku konsumen mereka. Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dan ada berbagai macam tahapan yang konsumen lalui untuk akhirnya memutuskan pembelian dan bertahan untuk tetap melakukan pembelian di rumah makan atau restoran tersebut baik secara individu maupun kolektif. Oleh karena itu perlu sekali untuk mengkaji perilaku konsumen secara mendalam, agar usaha rumah makan atau restoran dapat meningkatkan jumlah konsumen dan secara otomatis akan meningkatkan jumlah pendapatannya.

Salah satu rumah makan atau restoran yang membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Kabupaten Karo adalah bernama Warung Pojok Maspon. Lokasinya terletak di Jalan Jamin Ginting No.3 Kabanjahe. Warung Pojok Maspon ini telah berdiri sejak tahun 2000 hingga sekarang. Warung Pojok Maspon menjual berbagai macam produk makanan yang pada umumnya di rumah makan atau restoran, namun harga produk yang ditawarkan tergolong cukup mahal bagi kalangan masyarakat biasa, tentunya hal ini mempengaruhi loyalitas konsumen untuk terus melakukan pembelian di Warung Pojok Maspon. Kebanyakan konsumen yang melakukan pembelian di Warung Pojok Maspon menggunakan mobil, hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan konsumen di Warung Pojok Maspon adalah golongan masyarakat menengah keatas.

Pengunjung Warung Pojok Maspon dalam satu minggu bisa mencapai 1.400 orang. Untuk hari senin sampai hari jumat 80% pengunjungnya adalah masyarakat lokal dan lebih didominasi oleh para pegawai Kabupaten Karo, dan 20% pengunjungnya adalah para wisatawan dari luar daerah Karo. Sedangkan

untuk hari sabtu dan minggu adalah sebaliknya 80% pengunjungnya adalah para wisatawan dari luar daerah Kabupaten Karo, dan 20% pengunjungnya adalah masyarakat lokal.

Warung Pojok Maspon buka jam 07:00 WIB sampai jam 22.00 WIB setiap hari kecuali hari besar umat muslim mereka tutup, dan kita ketahui bahwa hari besar umat muslim merupakan hari libur Nasional. Para wisatawan biasanya berkunjung ke daerah Kabupaten Karo pada akhir pekan dan waktu libur Nasional. Jika para wisatawan mendapati Warung Pojok Maspon tutup maka otomatis mereka akan mencari alternatif lain dengan cara mencari rumah makan atau restoran lain. Jika para wisatawan mendapatkan rumah makan atau restoran yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka, maka mereka akan lebih memilih rumah makan atau restoran tersebut untuk selanjutnya, karena mereka sudah yakin rumah makan atau restoran tersebut akan buka setiap mereka berkunjung ke daerah Kabupaten Karo.

Berdasarkan wacana yang telah dipaparkan, dapat terlihat bahwa sangat banyak hal yang mempengaruhi atau melatarbelakangi sebuah perilaku konsumen dalam mengambil sebuah keputusan pembelian, atas dasar latar belakang masalah tersebut maka penulis mengangkat sebuah penelitian dengan judul “Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Di Warung Pojok Maspon Kabanjahe.”

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diidentifikasi masalah yang ada sebagai berikut :

1. Perkembangan dan pertumbuhan usaha rumah makan atau restoran di Kabupaten Karo khususnya daerah Kabanjahe semakin pesat, hal ini membuat semakin ketatnya persaingan usaha rumah makan atau restoran untuk menarik dan mempertahankan konsumen agar selalu mengkonsumsi produk makanan mereka.
2. Harga produk yang ditawarkan di Warung Pojok Maspon tergolong cukup mahal, tentunya ini akan mempengaruhi perilaku konsumen khususnya masyarakat menengah kebawah untuk melakukan pembelian.
3. Warung Pojok Maspon tutup dihari besar umat muslim, hal ini tentu akan mempengaruhi perilaku konsumen khususnya para wisatawan.

### **1.3. Batasan Masalah**

Mengingat keterbatasan penulis baik waktu, tenaga, pikiran dan kemampuan, maka penulis membatasi masalah dalam penelitian ini yaitu pada perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian.

### **1.4. Rumusan Masalah**

Agar penelitian ini lebih terfokus dan terarah, maka masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah Bagaimana perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian di Warung Pojok Maspon Kabanjahe?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang ada dalam penelitian ini maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian di Warung Pojok Maspon Kabanjahe.

## 1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai bahan masukan dan sumbangan pemikiran bagi pemilik Warung Pojok Maspon agar dapat membuat strategi yang lebih cocok untuk menarik lebih banyak konsumen sehingga mampu bersaing dan dapat mengembangkan usahanya lebih baik lagi.
2. Dapat menambah ilmu pengetahuan, wawasan serta melatih penulis dalam penyusunan karya ilmiah, juga mencoba untuk menerapkan ilmu yang pernah penulis terima dan mempraktekkanya dilapangan kerja, khususnya pada mata kuliah manajemen pemasaran.
3. Sebagai referensi kepada pembaca atau penulis selanjutnya yang membutuhkan informasi dan wawasan tentang perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian agar dapat digunakan dan dikembangkan sebagai bahan penelitian lebih lanjut.