

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi, dunia bisnis kuliner semakin berkembang pesat seiring dengan peningkatan pendapatan dan gaya hidup. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya jenis usaha baru yang menggeluti bisnis kuliner. Bisnis kuliner merupakan peluang usaha yang sangat berpotensi menghasilkan keuntungan. Hal ini dikarenakan kebutuhan manusia akan produk kuliner tidak akan pernah berhenti selama manusia masih membutuhkan makanan dan minuman sebagai sumber tenaga untuk melakukan berbagai aktifitas. Saat ini bisnis kuliner berada pada tingkat persaingan yang tinggi. Dengan semakin tingginya tingkat persaingan, menyebabkan konsumen memiliki lebih banyak alternatif produk, harga dan kualitas bervariasi, yang disediakan oleh penyedia produk. Hal ini mendorong konsumen untuk selalu membandingkan nilai dari beberapa produk untuk memperoleh produk yang terbaik. Keadaan dunia bisnis kuliner berubah begitu cepat seiring dengan perubahan selera konsumen dan perubahan yang terjadi pada lingkungan sekitarnya. Kebutuhan konsumen yang terus meningkat menjadi peluang bisnis, hal tersebut menjadi dasar pemikiran para pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen sehingga tidak berpaling ke pesaing meski terjadi perubahan.

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat, dan mengalami metamorfosis yang berkesinambungan. Perkembangan

dunia bisnis tersebut juga mengakibatkan adanya perubahan pola dan cara para pesaing dalam mempertahankan bisnisnya. Oleh sebab itu, setiap pelaku usaha bisnis harus mempunyai kepekaan terhadap perubahan kondisi persaingan bisnis yang terjadi dilingkungkannya dan menempatkan orientasi terhadap kemampuan untuk menarik keputusan pembelian agar dapat berhasil menjalankan usahanya. Cara yang dilakukan untuk mencapai keberhasilan dalam menjalankan suatu bisnis salah satunya dengan kegiatan pemasaran (Kotler, 2000). Tidak terkecuali usaha dalam penyajian makanan berskala menengah seperti rumah makan. Dalam persaingan bisnis kuliner, setiap pelaku bisnis termasuk pelaku bisnis makanan harus dapat mempertahankan kelangsungan dari bisnis makanan yang dijalankannya. Agar dapat bertahan dan sukses dalam bisnis makanan, suatu perusahaan harus dapat mempertimbangkan apa yang membuat konsumen menjadi tertarik untuk makan di rumah makan tersebut.

Semakin ketatnya persaingan yang terjadi apalagi yang berasal dari perusahaan yang sejenis, menuntut suatu perusahaan agar selalu bergerak lebih cepat untuk hal menarik perhatian konsumen. Para pelaku bisnis dalam bidang makanan juga dituntut untuk dapat menggunakan strategi bersaing seperti menciptakan sebuah produk yang unik seperti menentukan bahan baku yang digunakan sehingga menciptakan suatu rasa yang berbeda dari pesaing atau dengan cara memasaknya suatu produk itu sendiri. Agar dapat mempertahankan keunggulan yang bersaing yang berkesinambungan terhadap perusahaan sejenis serta tetap berkembang dan terus diminati di

lingkungannya. Sehingga perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha pemasaran sebuah produk. Hal itu dikarenakan dalam konsep salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing (Kolter, 1996). Pengambilan keputusan pembeli dipengaruhi kemampuan perusahaan menarik pembeli, dan selain itu juga dipengaruhi faktor-faktor diluar perusahaan.

Keputusan pembelian merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih konsumen pada pembelian (Schiffman dan Kanuk, 2008:485). Setiap hari konsumen mengambil berbagai keputusan mengenai setiap aspek kehidupan sehari-hari. Proses pengambilan keputusan pada semua orang pada dasarnya itu sama, mungkin proses pengambilan suatu keputusan tersebut akan lebih diikuti oleh ciri kepribadian, usia, pendapatan, dan gaya hidupnya. Keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan (Kotler dan Keller, 2006). Agar dapat bertahan dan sukses dalam bisnis makanan, suatu perusahaan harus dapat mempertimbangkan apa yang membuat konsumen menjadi tertarik untuk makan di Rumah Makan tersebut. Ada banyak faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian untuk memilih suatu rumah makan, namun dua faktor penting yaitu harga dan lokasi.

Kotler dan Keller (2010:314) Mendefinisikan Harga adalah 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. Rumah makan popeye menyediakan harga yang terjangkau bagi semua kalangan dengan berbagai variasi harga yang membuat konsumen bisa memilih sesuai dengan keinginan mereka.

Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Dengan lokasi yang tepat dan citra merek yang baik dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menentukan pilihan akan pembelian atau transaksi (Tjiptono, 2005:92). Jika perusahaan berhasil memperoleh dan mempertahankan lokasi yang strategis, maka itu dapat menjadi rintangan yang efektif bagi para pesaing untuk mendapatkan akses ke pasar. Lokasi dirumah makan Popeye Cabang Gonilan cukup strategis karena lokasi yang berdekatan dengan Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Lokasi rumah makan Popeye Cabang Gonilan sangat strategis karena tempatnya yang dekat dengan kampus Universitas Muhammadiyah Surakarta dan itu bisa memudahkan mahasiswa untuk makan disitu karena jaraknya yang tidak jauh.

Rumah makan Popeye Cabang Gonilan merupakan rumah makan yang menjual makanan cepat saji yang berupa ayam goreng. Selain menawarkan produk ayam goreng, Popeye fried chicken juga memenuhi selera konsumen dengan menu pilihan lain seperti nasi, kentang goreng dan chicken strip.

Rumah makan Popeye cukup terkenal dikalangan mahasiswa karena harga yang bersahabat dengan kualitas rasa yang enak dan lokasi yang berdekatan dengan kampus Universitas Muhammadiyah Surakarta. Dengan harga yang terjangkau dan lokasi yang strategis membuat rumah makan ini banyak pengunjungnya. Apalagi dalam bisnis kuliner yang terletak di sekitar kampus tentunya sangat banyak pesaingnya. Mengingat mahasiswa pasti butuh makan dengan harga yang terjangkau dan mudah untuk di dapat. Berdasarkan uraian penjelasan diatas maka peneliti tertarik untuk menelaah lebih mendalam dalam penelitian dengan judul “**Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Popeye Cabang Gonilan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah yang digunakan adalah :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada rumah makan Popeye Cabang Gonilan ?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada rumah makan Popeye Cabang Gonilan ?
3. Apakah harga dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada rumah makan Popeye Cabang Gonilan ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dari penelitian adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada rumah makan Popeye Cabang Gonilan.
2. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada rumah makan Popeye Cabang Gonilan.
3. Untuk menganalisis pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada rumah makan Popeye Cabang Gonilan.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang berkepentingan manfaat penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memperkuat teori tentang pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada rumah makan Popeye Cabang Gonilan.

2. Manfaat Praktis

- a) Bagi rumah makan Popeye Cabang Gonilan

Diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan masukan bagi rumah makan Popeye Cabang Gonilan dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian melalui penelitian ini.

- b) Bagi peneliti

Peneliti ini dapat menambahkan pengalaman dan pengetahuan tentang pentingnya pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada rumah makan Popeye Cabang Gonilan.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Agar penulis ini dapat mencapai tujuan yang diinginkan disusun sistematika penulisan yang disajikan dalam lima bab yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menjelaskan tentang landasan teori, penelitian terdahulu, hipotesis, dan kerangka berfikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi variabel penelitian serta definisinya, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, serta metode pengumpulan data dan analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi pembahasan penelitian, analisis data, dan penjelasannya secara lengkap.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran.