

**ANALISIS KETERKAITAN ANTARA KARAKTERISTIK
KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT RUMAH MAKAN
KUSUMA SARI DI SURAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk memenuhi Tugas dan Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

JOKO PURNOMO
B 100 060 099

**FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2009

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap hari konsumen menentukan berbagai pilihan pembelian. Kebanyakan perusahaan besar menyelidiki keputusan pembelian konsumen begitu rincinya untuk menemukan apa yang dibeli konsumen, dimana mereka membeli, bagaimana dan berapa banyak yang mereka beli, kapan mereka membeli, dan mengapa mereka sampai membeli. Perusahaan yang benar-benar memahami bagaimana tanggapan konsumen atas sifat-sifat produk, harga, dan pendekatan iklan yang berbeda akan cenderung memiliki keunggulan yang lebih besar atas pesaing-pesaingnya. Dalam hal ini, perusahaan dituntut untuk dapat mengetahui apa yang diinginkan konsumen sehingga perusahaan dapat menyesuaikan produk baik barang atau jasa yang akan dipasarkan. Berdasar konsep pemasaran, perusahaan harus dapat memahami perilaku konsumen dalam pembelian dari pasar sasaran yang dalam hal ini tugasnya diemban oleh manajemen pemasaran.

Secara singkat konsep pemasaran lebih menekankan pada “mencari apa yang diinginkan konsumen dan memenuhi”. Karena dengan memenuhi kebutuhan yang diinginkan konsumen diharapkan konsumen akan dapat mencapai kepuasannya. Kepuasan yang dicapai yang telah dicapai konsumen ini adalah faktor yang menjadi tolak ukur keberhasilan perusahaan. Hal ini sesuai dengan falsafah konsep pemasaran yang bertujuan memberikan

kepuasan kepada kebutuhan dan keinginan konsumen dan konsep ini diperlukan perusahaan sebagai pedoman dalam menjalankan usahanya.

Agar usaha yang dijalankan perusahaan dapat berjalan, tentulah perusahaan berusaha mencari kepuasan sebanyak-banyaknya. Untuk mencari konsumen, pihak perusahaan terlebih dahulu harus menawarkan produknya dengan segala bentuk atribut yang melekat di dalamnya. Atribut yang melekat dalam produk ini akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian mengingat sebelum melakukan pembelian, konsumen akan melakukan kegiatan evaluasi terhadap alternatif-alternatif produk yang menjadi pilihannya. Adapun atribut dari masing-masing produk yang ditawarkan oleh perusahaan adalah berbeda-beda. Hal ini dilakukan untuk memunculkan ciri khas dari produk yang ditawarkan agar mempunyai perbedaan dengan produk-produk lain. Atribut yang ditawarkan perusahaan akan menimbulkan tanggapan dari konsumen yang nantinya akan mempengaruhi keputusannya dalam melakukan pembelian.

Rumah Makan Kusuma Sari bukan merupakan satu-satunya tempat untuk dikunjungi, sehingga membuat para konsumen mempunyai banyak alternatif pilihan. Pemilihan Rumah Makan Kusuma Sari oleh peneliti ini didasarkan karena kemajuan Rumah Makan Kusuma Sari yang sangat cepat ketika berdiri sampai menjadi rumah makan yang besar dan karena kemajuan Rumah Makan Kusuma Sari yang pesat setelah sempat mengalami kebangkrutan atau kehilangan konsumen.

Sedangkan Pemilihan kota Surakarta oleh peneliti ini didasarkan karena kota ini sangat terkenal dengan berbagai macam makanan tradisional, baik itu makanan ringan maupun makan berat. Hal itu membuat pendiri Rumah Makan di kota ini dapat tumbuh dengan cepat, dimana Rumah Makan satu dengan yang lainnya mempunyai spesifikasi jenis masakan yang berbeda-beda. Sehingga hal tersebut akan menjadi alternatif tersendiri bagi konsumen dalam memilih jenis masakan yang akan dikonsumsi. Di kota Surakarta ini memang terdapat banyak sekali rumah makan-rumah makan yang menyajikan berbagai macam makanan dan minuman. Baik itu rumah makan yang besar dan terkesan mewah maupun rumah makan yang kecil dan terkesan lebih sederhana atau lazimnya dinamai warung makan atau warung tegal (warteg). Tetapi menurut hasil survey yang telah dilakukan peneliti di kota Surakarta, belum tentu bahwa semua konsumen lebih tertarik untuk makan di rumah makan yang besar dan terkesan mewah. Karena alasan tempat yang bagus dan terkesan rapi atau tertarik karena fasilitas tambahan yang tersedia di Rumah Makan tersebut. Karena ada juga konsumen yang tidak terlalu mempermasalahkan tempat mereka makan, karena mereka lebih tertarik pada masakan yang disajikan atau pada harga yang ditawarkan atau karena faktor yang lainnya.

Hal diatas tentu menjadi tantangan tersendiri buat rumah makan Kusuma Sari dalam mempertahankan usahanya di tengah-tengah persaingan usaha rumah makan di kota Surakarta. Selain hal diatas, manajemen rumah

makan harus jeli melihat setiap peluang yang ada agar usaha rumah makan yang telah didirikan dapat lebih berkembang.

Dari pemikiran diatas, tentulah terdapat bermacam-macam tanggapan konsumen terhadap apa yang ditawarkan oleh Rumah Makan Kusuma Sari tersebut, mengingat konsumen ini akan dibuat karakteristiknya. Keputusan pembelian pada rumah makan tersebut sepenuhnya akan ditentukan oleh konsumen itu sendiri berdasarkan tanggapan atau sikap yang mereka perlihatkan. Tanggapan dari konsumen terhadap atribut rumah makan Kusuma Sari ini sangat penting bagi manajemen rumah makan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dari usaha rumah makan yang mereka jalani. Bertitik tolak dari latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian di Rumah Makan Kusuma Sari dengan judul :
“Analisis Keterkaitan Antara Karakteristik Konsumen Terhadap Atribut Rumah Makan Kusuma Sari Di Surakarta”.

B. Perumusan Masalah

“Apakah terdapat keterkaitan yang erat dan signifikan antara karakteristik konsumen yang meliputi usia dan jenis pekerjaan terhadap atribut Rumah Makan Kusuma Sari yang meliputi menu, pelayanan, fasilitas dan lokasi?”

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis keterkaitan antara usia terhadap menu, pelayanan, fasilitas dan lokasi.
2. Untuk menganalisis keterkaitan antara jenis pekerjaan terhadap menu, pelayanan, fasilitas dan lokasi.

D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan akan memperoleh manfaat sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan yang bersangkutan, dapat digunakan sebagai masukan dan pertimbangan dalam menentukan kebijakan-kebijakan dari pihak manajemen rumah makan Kusuma Sari berkaitan dengan usaha yang dijalankan.
2. Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat sebagai sarana untuk menambah dan menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh di perguruan tinggi dan juga untuk memperluas wawasan pemikiran dan mempertajam kemampuan pengamatan dan penganalisaan.
3. Bagi pihak lain yang menghendaki atau yang hendak mengadakan penelitian berikut agar dapat digunakan sebagai tambahan informasi untuk permasalahan yang sejenis atau tidak jauh berbeda

E. Sistematika Skripsi

Secara garis besar sistematika penulisan skripsi adalah sebagai berikut

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan merupakan bab yang menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penyusunan skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan mengemukakan mengenai kajian teori pustaka yang melandasi dalam penelitian ini, antara lain pengertian pemasaran, konsep pemasaran, produk, definisi dan karakteristik jasa, perilaku konsumen dan model-model perilaku konsumen.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan tentang metodologi penelitian yang digunakan penulis, yang diawali dengan kerangka pemikiran, variabel-variabel yang digunakan, Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya, Hipotesis, Data dan teknik pengumpulan data, Populasi dan sampel, Teknik Pengambilan Keputusan, Uji validitas dan uji reabilitas dan Analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang sejarah berdirinya Rumah Makan Kusuma Sari di Surakarta, analisis data dan hasil analisis data.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran