

BAB I

PENDAHULUAN

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Permasalahan

Dalam kehidupan masyarakat yang semakin modern, di mana pendapatan dan jumlah penduduk mengalami kenaikan serta hubungan sosial yang semakin meluas, maka menyebabkan kesibukan masyarakat meningkat, sehingga masyarakat tidak memiliki waktu untuk memenuhi salah satu kebutuhan pokoknya yaitu makan, yang pada akhirnya memilih membeli di rumah makan daripada membuat sendiri.

Perkembangan itu membawa dampak semakin banyaknya rumah makan di Surabaya yang mengakibatkan masing-masing rumah makan berusaha bersaing dalam menawarkan berbagai jenis makanan kepada konsumen dan hal itu menyebabkan konsumen mempunyai banyak alternatif pilihan, sehingga konsumen lebih selektif dalam menentukan pilihannya. Hal tersebut membuat produsen tidak lagi berorientasi pada produk, tetapi lebih berorientasi pada kepuasan konsumen.

Situasi ini juga memberikan pengaruh bagi Rumah Makan Yobel, khususnya dalam pencapaian target yang ditetapkan, hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian terhadap penjualan dari Rumah Makan Yobel antara tahun 1999 – 2000 mengalami penurunan dibanding tahun sebelumnya. Pada tahun 1999, penjualan dari Rumah Makan Yobel mengalami penurunan hingga mencapai 29 %.

Berkenaan dengan adanya hal itu, pengelola rumah makan harus selalu peka melakukan pendekatan dengan konsumen, karena konsumen adalah target yang ingin dituju oleh produsen, serta perlu mengadakan analisis perilaku konsumen di dalam memenuhi selera konsumen yang selalu berubah, sehingga pengelola rumah makan akan mempunyai pandangan yang lebih baik dan luas untuk mengetahui kesempatan baru yang timbul. Hal ini dilakukan oleh Rumah Makan **Yobel** dengan menambah alternatif jenis makanan yang disukai konsumen dan pelayanan yang cepat terhadap konsumen.

Rumah Makan **Yobel** sebagai rumah makan yang menawarkan berbagai jenis makanan perlu mengetahui motivasi apa yang mendorong konsumen sebagai pembeli dan bagaimana persepsi konsumen terhadap makanan dan pelayanannya. Dengan mengetahui perilaku konsumen, pengelola rumah makan dapat mengadakan perbaikan-perbaikan terhadap strategi-strategi yang kurang baik dan mempertahankan strategi-strategi yang sudah cukup baik.

Akhirnya diharapkan dengan kemampuan pihak rumah makan dan perbaikan strategi yang dilakukan, maka akan dapat memuaskan kebutuhan konsumen dan pihak rumah makan memiliki daya saing yang tinggi terhadap pesaingnya, sehingga kelangsungan hidup rumah makan lebih terjamin dan target yang ditetapkan akan tercapai.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat ketergantungan antara motivasi dan persepsi konsumen dengan faktor usia, pekerjaan, dan pendapatan dalam pengambilan keputusan pembelian pada Rumah Makan **Yobel** ?

2. Seberapa kuat ketergantungan antara motivasi dan persepsi konsumen dengan faktor usia, pekerjaan, dan pendapatan dalam pengambilan keputusan pembelian pada Rumah Makan Yobel ?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dari penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui ketergantungan antara motivasi dan persepsi konsumen dengan faktor usia, pekerjaan, dan pendapatan dalam pengambilan keputusan pembelian pada Rumah Makan Yobel.
2. Untuk mengetahui kekuatan hubungan ketergantungan antara motivasi dan persepsi konsumen dengan faktor usia, pekerjaan, dan pendapatan dalam pengambilan keputusan pembelian pada Rumah Makan Yobel.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

❖ Bagi Penulis

Memperluas wawasan pengetahuan penulis, serta untuk mengetahui sejauh mana materi tentang motivasi dan persepsi yang telah dipelajari dapat diterapkan pada keadaan yang sesungguhnya.

❖ Bagi Pengelola Rumah Makan

Memberikan gambaran baru bagi pengelola rumah makan, sehingga pengelola rumah makan dapat mempergunakannya sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan pada masa sekarang maupun yang akan datang.

❖ Bagi Pembaca

Menunjukkan betapa pentingnya memahami selera dan perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan agar hasil yang diperoleh memuaskan.

1.5. Sistematika Skripsi

BAB 1. PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan secara singkat tetapi jelas, tentang latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika skripsi.

BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Pada bab ini menguraikan tentang penelitian terdahulu dan landasan teori, yang terdiri dari arti dan pentingnya pemasaran, perilaku konsumen, ruang lingkup perilaku konsumen dan pentingnya bagi manajemen pemasaran, motivasi, persepsi, jasa, dan hipotesis kerja.

BAB 3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan meliputi : desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, jenis dan sumber data, pengukuran data, alat dan metode pengumpulan data, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, teknik pengambilan data, prosedur pengujian hipotesis, dan teknik analisis data.

BAB 4. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini diuraikan mengenai gambaran umum tentang Rumah Makan Yobel , deskripsi data, analisis data, dan pembahasan.

BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang simpulan dari semua analisis data yang telah dilakukan dan dikemukakan pula saran-saran sebagai hasil pemikiran yang diharapkan dapat bermanfaat untuk perbaikan perusahaan.

BAB II

TINJAUAN KEPUSTAKAAN