

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 LATAR BELAKANG MASALAH**

Pada masa sekarang ini perekonomian Indonesia mulai menampakkan pertumbuhan lagi, setelah sejak pertengahan tahun 1997 di landa krisis ekonomi yang berat. Pada saat terjadi krisis ekonomi banyak sekali perusahaan dari berbagai bidang usaha yang bangkrut dan mengakibatkan perekonomian Indonesia hancur. Banyak karyawan yang di PHK, daya beli masyarakat menurun, dan tindakan kriminalitas meningkat.

Masa sekarang ini, meskipun bangsa Indonesia belum sepenuhnya keluar dari krisis ekonomi tapi perekonomian bangsa Indonesia mulai memperlihatkan tanda-tanda membaik, roda perekonomian mulai bergerak lagi. Barbagai bidang usaha yang dilakukan oleh masyarakat mulai berkembang lagi. Dari sekian banyak bidang usaha tersebut, salah satunya adalah bidang usaha rumah makan, dimana akhir-akhir ini semakin banyak muncul usaha di bidang ini, baik rumah makan yang berskala kecil maupun yang berskala besar, yang menyebabkan persaingan semakin ketat.

Makan merupakan kebutuhan pokok bagi setiap orang. Orang harus makan untuk kelangsungan hidupnya, dan tindakan mengkonsumsi ini dilakukan setiap hari. Oleh karena itu seseorang akan bertindak dengan cermat dan selektif dalam hal memilih apa yang akan mereka makan. Semakin banyaknya rumah makan yang muncul, maka semakin banyak alternatif pilihan bagi seseorang untuk

menentukan pilihan dimana mereka akan makan. Seseorang didalam melakukan keputusan pembelian tentunya dipengaruhi oleh perilaku-perilaku mereka yang berbeda satu sama lain. Dalam mengambil keputusan atau proses keputusan konsumen melalui beberapa tahap yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian, dan hasil.

Agar dapat bertahan dalam menghadapi persaingan dan mendapatkan laba dalam jangka panjang maka pengusaha rumah makan dituntut untuk tidak saja mampu menjual produk dan jasanya, melainkan juga harus bisa memahami perilaku konsumen yang selalu berubah-ubah, sejalan dengan perubahan pendapatan, pengaruh hubungan sosial yang semakin luas dan lain-lain. Sehubungan dengan hal tersebut pengelola rumah makan dituntut agar mendapatkan informasi sebanyak mungkin untuk selalu memperbaiki pengenalannya terhadap konsumen, mengidentifikasi kebutuhan-kebutuhan mereka untuk masa sekarang dan memperkirakan untuk masa yang akan datang.

Dengan memahami perilaku konsumen khususnya persepsi dan motivasi yang mempengaruhi konsumen dalam memilih rumah makan, pengusaha rumah makan dapat menentukan strategi pemasaran yang harus dilakukan. Masing-masing konsumen memiliki persepsi yang berbeda serta motivasi yang berbeda pula terhadap atribut-atribut dan produk-produk yang dihasilkan oleh sebuah rumah makan. Untuk itu pengusaha dituntut untuk mengetahui apa yang sebenarnya menjadi persepsi dan motivasi dari setiap konsumen dalam memilih sebuah rumah makan.

Berdasarkan dari pemikiran diatas, penulis tertarik untuk menganalisis perilaku konsumen khususnya yang berkaitan dengan persepsi dan motivasi konsumen yang makan di rumah makan Borobudur.

## **1.2 PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah di atas, penelitian tentang persepsi dan motivasi konsumen akan memberikan gambaran tentang mengapa seseorang memilih rumah makan.

Dari kajian diatas maka penulis mengajukan perumusan masalah sebagai berikut :

Apakah motivasi dan persepsi konsumen berpengaruh terhadap pemilihan rumah makan Borobudur.

## **1.3 TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui hubungan antara motivasi dan persepsi konsumen dalam memilih rumah makan Borobudur.

## **1.4 MANFAAT PENELITIAN**

Manfaat dari penelitian ini adalah :

### **1. Bagi penulis**

Memperluas khasanah pengetahuan penulis serta untuk mengetahui sejauh mana pemahaman tentang persepsi dan motivasi yang telah dipelajari dalam perkuliahan dapat diterapkan dalam praktek.

## 2. Bagi rumah makan Borobudur

Memberikan gambaran baru bagi pimpinan rumah makan Borobudur sehingga dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat sehingga dapat meningkatkan pendapatan.

## 3. Bagi pembaca

Untuk menambah khasanah ilmu pengetahuan bagi pembaca yang akan mengadakan penelitian lebih lanjut.

## **1.5 SISTEMATIKA PENULISAN SKRIPSI**

Penulis akan mengulas secara singkat sistematika penulisan skripsi ini agar para pembaca dapat lebih mudah memahami isinya. Adapun sistematikanya adalah sebagai berikut :

### **BAB 1 : PENDAHULUAN**

Bab ini mengantarkan masalah yang akan dibahas dalam bab-bab selanjutnya. Bab pendahuluan ini memuat : Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Skripsi.

### **BAB 2 : TINJAUAN KEPUSTAKAAN**

Bab ini mengemukakan penelitian terdahulu, teori-teori yang mendasari penulisan skripsi ini yaitu : Pengertian Pemasaran, Pengertian Perilaku Konsumen, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi

Perilaku Konsumen, Perilaku Konsumen Sebagai Proses Pengambilan Keputusan, dan hipotesis.

### **BAB 3 : METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini dibahas metode penelitian, yang terdiri dari definisi operasional, identifikasi variabel, jenis dan sumber data, prosedur penentuan sampel, prosedur pengumpulan data, dan teknik analisis.

### **BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini dibahas mengenai gambaran umum rumah makan Borobudur yang terdiri dari : sejarah berdirinya rumah makan, lokasi rumah makan, personalia, struktur rumah makan dan tujuan rumah makan. Dan juga dibahas analisis pendapat responden, analisis *Likert Scale*, analisis ketergantungan antar faktor serta pembahasan.

### **BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini merupakan penutup dari skripsi, berisi simpulan dari uraian-uraian bab sebelumnya dan saran saran yang berguna bagi rumah makan tersebut.