

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini bisnis kuliner merupakan salah satu usaha yang dinilai berpotensi mengalami perkembangan pesat. Hal tersebut dikarenakan banyaknya atau tingginya minat konsumen terhadap adanya inovasi makanan atau minuman. Sehingga banyak pelaku usaha membuka bisnis kuliner, mulai yang berskala kecil hingga yang berskala besar. Misalnya yaitu rumah makan, kafe, toko kue dan lain sebagainya. Namun usaha yang diminati konsumen dari berbagai kalangan yaitu rumah makan.

Rumah makan merupakan tempat dimana konsumen bisa mendapatkan makanan atau minuman beserta pelayanannya dengan cara membelinya. Rumah makan juga menyediakan tempat untuk konsumen yang ingin menikmati hidangan langsung di tempat tersebut. Pada umumnya rumah makan dibuat sedemikian rupa dengan memiliki keunikan dan daya tarik tersendiri. Misalnya rumah makan dapat berkreasi terhadap desain tempat, cara pelayanan, inovasi dan kreasi pada produk dan lain sebagainya. Sehingga dapat menarik konsumen untuk berkunjung dan membeli produk pada rumah makan tersebut.

Pada rumah makan terdapat berbagai macam olahan makanan ataupun minuman, contohnya ayam gephok. Salah satu rumah makan di Jember yang berkembang dengan produk ayam gephoknya yaitu Rumah Makan Ayam Gephok Pak Giek Jember. Rumah makan tersebut telah berdiri sejak 10 Oktober 2008 dan berada di Jl. Mastrip 1 No.19 A, Kecamatan Sumbersari, Kabupaten Jember.

Rumah makan Ayam Gephok Pak Giek hanya menyediakan produk satu olahan ayam yaitu ayam gephok dengan bahan dasar ayam biasa/horn dan ayam kampung. Walaupun hanya menyediakan ayam gephok, rumah makan ini tetap ramai dikunjungi oleh konsumen karena produk Ayam Gephok Pak Giek memiliki rasa yang khas dan disajikan dengan taburan serundeng yang telah

diolah dengan bumbu rempah dan dua macam sambal, yaitu merah dan sambal hijau. Rumah makan Ayam Gephok Pak Giek selalu menjaga kualitas produknya supaya tidak mengalami penurunan. Hal tersebut dilakukan bertujuan untuk mempertahankan konsumen dan menjaga kredibilitas usaha tersebut dimata konsumen. Sehingga konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian produk ayam gepok pak giek dengan harga yang terjangkau.

Harga merupakan hal yang penting dalam pembelian. Harga yang ditetapkan pelaku usaha terhadap produk yang dijual cukup berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Harga yang dipatok pada Ayam Gephok Pak Giek berkisar Rp. 19.000 hingga Rp. 23.000 untuk yang berbahan dasar ayam horn/biasa. Sedangkan untuk ayam kampung berkisar Rp. 22.000 hingga Rp. 25.000. Harga yang ditawarkan cukup terjangkau karena sepadan dengan produk yang dihasilkan oleh Ayam Gephok Pak Giek dari segi rasa, porsi, serta pelayanan. Namun adanya ketidakstabilan harga bahan baku ayam, menimbulkan ketidakstabilan pula pada harga jual ayam ghepok Pak Giek.

Selain produk dan harga, motivasi juga menjadi faktor yang berpengaruh pada keputusan pembelian. Motivasi merupakan dorongan dari dalam diri yang menjadi dasar penggerak keinginan konsumen untuk mendapatkan hak milik atas sesuatu produk yang diinginkan, dan termasuk juga melalui proses keputusan pembelian. Pada konsumen Ayam Gephok Pak Giek juga demikian, adanya suatu dorongan pada diri konsumen menimbulkan keputusan pembelian setelah mengetahui produk dan harga yang ditawarkan oleh Ayam Gephok Pak Giek.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti memilih Rumah Makan Ayam Gephok Pak Giek sebagai lokasi penelitian karena rumah makan ini menjadi yang paling diminati daripada produk sejenis, lokasinya strategis dan tempat yang disediakan cukup nyaman. Produk yang ditawarkan memiliki rasa khas, harga yang ditawarkan sesuai dan cukup terjangkau, lokasinya strategis dengan tempat makan yang nyaman dan cukup luas serta pelayanan yang baik. Hal tersebut ditunjukkan dengan ramainya konsumen yang berkunjung ke Rumah Makan Ayam Gephok Pak Giek. Sehingga peneliti mengangkat judul “PENGARUH PRODUK, HARGA DAN MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN

PEMBELIAN AYAM GEPHOK PAK GIEK JEMBER” dengan produk, harga dan motivasi sebagai variabel bebas (independen) yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Apakah variabel produk, harga dan motivasi berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian produk Ayam gepok Pak Giek, Jember?
- b. Apakah variabel produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Ayam gepok Pak Giek, Jember?
- c. Apakah variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Ayam gepok Pak Giek, Jember?
- d. Apakah variabel motivasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Ayam gepok Pak Giek, Jember?
- e. Manakah variabel yang dominan terhadap keputusan pembelian produk Ayam gepok Pak Giek, Jember?

1.3 Tujuan

Berdasarkan permasalahan diatas, penelitian ini bertujuan untuk :

- a. Menguji dan menganalisis apakah variabel produk, harga dan motivasi berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian produk Ayam Gephok Pak Giek, Jember.
- b. Menguji dan menganalisis apakah variabel produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Ayam Gephok Pak Giek, Jember.
- c. Menguji dan menganalisis apakah variabel harga dan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Ayam Gephok Pak Giek, Jember.

- d. Menguji dan menganalisis apakah variabel motivasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Ayam Gephok Pak Giek, Jember.
- e. Menguji dan menganalisis variabel yang dominan terhadap keputusan pembelian produk Ayam gepok Pak Giek, Jember.

1.4 Manfaat

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan yang ingin dicapai, maka diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

- a. Bagi Pengusaha, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sebagai bahan informasi untuk mengembangkan usaha dan meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk Ayam Gephok Pak Giek Jember.
- b. Bagi Peneliti selanjutnya, hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi atau referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian yang sama.
- c. Bagi Akademisi, hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan untuk perkembangan ilmu pengetahuan mengenai keputusan pembelian.
- d. Bagi Peneliti, hasil penelitian ini dapat menambah wawasan atau pengetahuan peneliti mengenai keputusan pembelian dan pengaruh dari produk harga dan motivasi terhadap keputusan pembelian