

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri di Indonesia pada saat ini semakin pesat, terutama pada bidang industri makanan. Hal ini seiring dengan pertambahan penduduk dan besarnya kebutuhan masyarakat akan makanan sebagai kebutuhan primernya. Selain itu juga dapat dilihat dari banyaknya bisnis makanan yang dibuka mulai dari yang berskala kecil, sedang, hingga berskala besar dengan tujuan untuk dapat memenuhi kebutuhan masyarakat akan makanan.

Banyaknya bisnis makanan yang dibuka menimbulkan persaingan yang sangat kuat, terlebih jenis-jenis makanan yang ditawarkan hampir keseluruhannya menggunakan bahan dasar yang tidak jauh berbeda. Salah satu bahan dasar yang banyak digunakan adalah mie. Di Kota Jember, banyak dijumpai bisnis rumah makan yang menyajikan olahan makanan yang berbahan dasar mie, seperti Mie Kober, Mie Setan, Mie Gobyoss, Mie Ayam Jamur, dan mie ayam lainnya. Semakin banyaknya tempat usaha makanan baru, maka semakin banyak pula pilihan tempat bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan akan makanan. Dengan demikian semakin ketat pula persaingan pemilik usaha dalam menarik minat konsumen. Apabila ditinjau dari sisi konsumen, dapat dilihat bahwa terjadi perubahan perilaku konsumen dalam memilih makanan tempat makan. Memilih tempat makan bukan sekedar untuk memenuhi rasa akan lapar, rumah makan menjadi tempat untuk bertemu dan bersosialisasi dengan rekan bisnis, keluarga, kenalan baru, bahkan bagi sebagian kelompok masyarakat perilaku konsumen dalam hal makan di rumah makan tertentu memberikan pandangan tersendiri bagi mereka.

Berdasarkan adanya perubahan-perubahan pada perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, dan semakin kuatnya persaingan dalam menjaring pangsa pasar, pemilik usaha dituntut untuk harus mampu memperhatikan dan mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, kemudian berusaha untuk dapat memenuhinya. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, dimana faktor budaya merupakan faktor yang

paling mendasar dalam masyarakat yang sudah tertanam dalam pikiran seseorang sejak lahir. Selain itu perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor sosial yang merupakan faktor-faktor yang didapat seseorang dengan cara beradaptasi dengan lingkungan, kelompok acuan, teman. Faktor lainnya adalah faktor pribadi atau karakteristik pribadi yang dimiliki oleh seseorang yang menentukan sifat dan kepribadian seseorang. Faktor yang terakhir yaitu faktor psikologis. Faktor ini diperoleh ketika seseorang memperoleh pengalaman, dan melakukan proses pembelajaran.

Faktor-faktor tersebut mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, dimana keputusan pembelian konsumen adalah proses yang dilakukan oleh konsumen dalam memutuskan untuk memilih, membeli, memakai, dan menghabiskan suatu produk. Keputusan pembelian dilakukan apabila seseorang sudah yakin untuk membeli produk tersebut setelah melalui berbagai proses pilihan alternatif.

Salah satu rumah makan yang berkembang saat ini yaitu Mister Te mie ayam jamur. Rumah makan Mister Te ini merupakan rumah makan yang mengolah tepung mocaf menjadi mie, dan merupakan pelopor pertama yang memanfaatkan tepung mocaf menjadi mie. Selain dari segi bahan baku yang berbeda dengan mie yang lainnya, tempat mie ayam jamur ini cukup baik dan selalu terjaga kebersihannya, sehingga membuat pengunjung merasa nyaman apabila berada di sana. Mie ayam jamur Mister Te ini beralamat di jalan Tawang Mangu no 62B kelurahan Tegal Gede Jember. Pelanggan yang berkunjung ke Rumah Makan Mie Ayam Jamur Mister Te sebagian besar merupakan pelanggan-pelanggan lama. Konsep restoran keluarga, rumah makan Mie Ayam ini berusaha menjaring pelanggan keluarga, kelompok pertemanan atau kekerabatan, dan bahkan juga kelompok mahasiswa, hal ini dikarenakan harga dari mie ayam jamur tersebut sangatlah terjangkau. Rumah makan Mister Te menawarkan menu yang bervariasi diantaranya bakso gulung, gorengan, ceker ayam, sayap ayam sebagai menu tambahan yang diletakkan di atas mie ayam jamur tersebut. Harga yang bersaing, tempat yang nyaman, pekerja yang rapi dan sopan, proses yang cepat yang dianggap dapat memenuhi keinginan dari konsumen.

Pemilik rumah makan harus mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, agar produk mie ayam jamur dapat diterima di kalangan masyarakat. Faktor – faktor tersebut antara lain faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Terkadang sebagian besar dari faktor tersebut tidak diperhatikan produsen, padahal hal tersebut merupakan sesuatu yang harus dipertimbangkan untuk mengetahui seberapa jauh faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi perilaku konsumen khususnya konsumen mie ayam jamur tersebut.

Berdasarkan penelitian diatas, maka penelitian ini akan memfokuskan pada empat faktor perilaku konsumen yaitu faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan pembelian mie ayam jamur pada “Mister Te” Tawang Mangu Jember.

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Apakah faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian mie ayam jamur di Mister Te Jember?
2. Apakah faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian mie ayam jamur di Mister Te Jember?
3. Variabel manakah yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian mie ayam jamur di Mister Te Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi permasalahan di atas, tujuan dilakukan penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji dan menganalisis faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian mie ayam jamur di Mister Te Jember.

2. Untuk menguji dan menganalisis faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian mie ayam jamur di Mister Te Jember.
3. Untuk menguji dan menganalisis variabel manakah yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian mie ayam jamur di Mister Te Jember.

1.4 Manfaat

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan yang ingin dicapai, maka penelitian ini diharapkan mampu untuk memberikan manfaat seperti berikut :

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian untuk meningkatkan jumlah konsumen dan mempertahankan pelanggan yang ada di Mister te Jember.
2. Bagi Perguruan Tinggi, hasil penelitian ini agar dapat digunakan sebagai bahan informasi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang sama.
3. Bagi peneliti, sebagai syarat menyelesaikan pendidikan, juga untuk menambah wawasan dan pengalaman dalam mempraktekan teori yang di dapat selama berada di bangku kuliah pada kenyataan yang ada di lapangan.