

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi dan industri membawa dampak bagi kehidupan manusia terutama dunia usaha pada saat ini. Di samping itu banyaknya usaha yang bermunculan baik perusahaan kecil (UMKM) maupun besar berdampak pada persaingan yang ketat antar perusahaan baik yang sejenis maupun yang tidak sejenis. Oleh karena itu pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan dalam menghadapi persaingan, pengembangan usaha dan untuk mendapatkan laba, sehingga dunia usaha dapat mengembangkan produknya, menetapkan harga, mengadakan promosi dan pemasaran secara efektif.

Pada umumnya dunia usaha mengalami kesulitan dalam memonitor, memahami dan menganalisis perilaku konsumen secara tepat dan benar, mengingat banyaknya faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dan adanya perbedaan perilaku untuk masing-masing individu. Dengan demikian dunia usaha dituntut untuk dapat memantau perubahan-perubahan perilaku konsumennya, termasuk perilaku konsumen untuk mendapatkan atau memilih produk.

Produk Masakan Padang sebagaimana diketahui adalah salah satu produk makanan cepat saji yang semakin lama semakin banyak digemari masyarakat. Demikian juga bagi kalangan pekerja yang sebagian besar berdomisili jauh, produk ini merupakan makanan cepat saji yang biasa dikonsumsi karena harganya yang terjangkau dan mudah didapatkan. Dengan semakin banyaknya produk yang ada di pasaran berarti memberikan keleluasaan bagi konsumen untuk memilih.

Oleh karena itu perlu bagi perusahaan untuk menganalisis perilaku konsumen untuk mengetahui pola pembeliannya. Dengan banyaknya masakan padang yang ada di pasaran akan mendorong perusahaan bersaing mendapatkan calon konsumen melalui berbagai strategi yang tepat, misalnya mengubah kemasan, warna, aroma, promosi dan harga. Lebih jauh lagi produsen dalam mendistribusikan produknya ke pasar konsumen berusaha agar produknya dapat diterima sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen.

Keanekaragaman konsumen dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor baik yang berasal dari diri konsumen maupun luar konsumen. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen diantaranya adalah faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Dari uraian tersebut di atas maka judul penelitian ini adalah: "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Densiko"

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pekerja untuk membeli produk Rumah Makan Densiko?
2. Apakah faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pekerja untuk membeli produk Rumah Makan Densiko?

3. Dari faktor Budaya, sosial, pribadi, dan psikologis diatas, faktor mana yang berpengaruh dominan terhadap keputusan untuk membeli produk Rumah Makan Densiko?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh perilaku konsumen yang terdiri dari faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh secara parsial terhadap keputusan untuk membeli produk Rumah Makan Densiko.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh perilaku konsumen yang terdiri dari faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh secara simultan terhadap keputusan untuk membeli produk Rumah Makan Densiko.
3. Untuk mengetahui diantara faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi yang berpengaruh dominan terhadap keputusan untuk membeli produk Rumah Makan Densiko.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi rumah makan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi dan masukan bagi pihak rumah makan untuk mengetahui faktor dominan yang menjadi pertimbangan konsumen untuk mengkonsumsi produk yang ditawarkan sehingga pihak rumah makan akan dapat senantiasa menyusun strategi dalam rangka memenuhi harapan konsumen.
2. Bagi peneliti, selain sebagai syarat menyelesaikan pendidikan, juga dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan bidang ilmu manajemen pemasaran, dan melatih peneliti untuk dapat menerapkan teori-teori yang diperoleh dari perkuliahan.

3. Bagi perguruan tinggi, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian selanjutnya