

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dalam bisnis makanan dan minuman dikota semakin berkembang pesat dengan berjalannya waktu. Prospek bisnis kuliner yang menguntungkan menjadikan para pelaku bisnis bersaing mendirikan restoran. Restoran siap saji adalah makanan yang paling diminati masyarakat. Salah satu makanan yang menjadi favorit masyarakat Indonesia adalah “Ayam”. Ayam goreng memang sudah menjadi menu primadona masyarakat penggemarnya mulai anak-anak hingga orangtua, dari golongan ekonomi menengah bawah sampai kelas atas. Tak heran gerai-gerai makanan cepat saji, baik yang mengusung merek berupa gerobak yang merangsek hingga keperumahan.

Rumah makan Chicken Mania yang terletak di Jl. Arif Rahman Hakim Gresik berdiri sejak 7 Juli 2010 ini menyediakan makan siap saji. Memiliki 16 karyawan yang dibagi menjadi 2 shift. Chicken Mania adalah restoran siap saji yang menyediakan menu berasal dari olahan ayam. Karena banyaknya konsumen datang, manajemen Chicken kemudian mengembangkan menu-menu lain seperti kentang goreng, chicken mie goreng, nasi goreng, aneka macam seafood seperti udang, cumi-cumi, dengan berbagai rasa yang bisa dinikmati bersama keluarga. Aneka macam minuman ice jus, soft drink, dan minuman hangat. Dengan warna cat yang cerah oranye dan putih menjadi menarik untuk di pandang. Diiringi musik pop, jazz dan klasik membuat konsumen merasa tidak bosan untuk menunggu hidangan di sajikan. Semua ini menjadi berpengaruh terhadap sikap,

motivasi dan persepsi konsumen terhadap sikap adalah kecenderungan yang dipelajari untuk bereaksi terhadap penawaran produk dalam masalah-masalah yang baik ataupun kurang baik secara konsekuen (Wahyuni Urip, 2008; dalam jurnal Fariqoh “Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Nokia di Semarang). Dengan mempelajari keadaan jiwa dan keadaan pikir dari sikap seseorang diharapkan dapat menentukan perilaku seseorang. Keadaan jiwa tersebut sangat dipengaruhi tradisi, kebiasaan, kebudayaan, dan lingkungan sosialnya. Sedang keadaan pikir seseorang merupakan cara berpikir yang dipengaruhi tingkat pendidikannya (Basuswasta dan Handoko 1997:93)

Motivasi konsumen merupakan kekuatan penggerak dalam diri konsumen yang memaksa bertindak untuk memenuhi apa yang diinginkan atau dibutuhkan (Wahyuni Urip, 2008; dalam jurnal Fariqoh “Analisis Pengaruh Faktor-faktor Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Nokia Di Semarang”). Motif pembelian bisa dikarenakan oleh berbagai faktor, diantaranya harga yang dikehendaki konsumen.

Persepsi Konsumen adalah tanggapan konsumen terhadap keberadaan suatu obyek atau produk yang menjadi pilihannya (Wahyuni, 2008; dalam jurnal Fariqoh “Analisis Pengaruh Faktor-faktor Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Nokia Di Semarang”). Persepsi merupakan proses yang kompleks.

Keputusan pembelian merupakan pilihan akhir yang dilakukan oleh konsumen dalam memenuhi keinginan atau kebutuhannya (Wahyuni Urip, 2008;

dalam jurnal Fariqoh “Analisis Pengaruh Faktor-faktor Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Nokia Di Semarang”). Berbagai usaha dilakukan oleh suatu perusahaan agar produknya dapat dipilih sebagai pilihan akhir konsumen. Perusahaan harus mampu mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen. Dari latar belakang diatas maka judul dalam penelitian ini **“Analisis Pengaruh Sikap, Motivasi Dan Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Chicken Mania Gresik “** .

### **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah ada pengaruh secara parsial sikap terhadap keputusan pembelian pada chicken mania Gresik ?
2. Apakah ada pengaruh secara parsial motivasi terhadap keputusan pembelian pada chicken mania Gresik ?
3. Apakah ada pengaruh secara parsial persepsi terhadap keputusan pembelian pada chicken mania Gresik ?
4. Apakah ada pengaruh secara simultan sikap, motivasi dan persepsi terhadap keputusan pembelian pada chicken mania Gresik ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis pengaruh secara parsial sikap terhadap keputusan pembelian pada chicken mania Gresik.
2. Menganalisis pengaruh secara parsial motivasi terhadap keputusan pembelian pada chicken mania Gresik.

3. Menganalisis pengaruh secara parsial persepsi terhadap keputusan pembelian padachicken mania Gresik.
4. Menganalisis secara simultan sikap, motivasi dan persepsi terhadap keputusan pembelian pada chicken mania Gresik.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Sebagai sumbangan dalam dunia pendidikan dan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang Manajemen Pemasaran tentang Pengaruh sikap, motivasi dan persepsi terhadap keputusan pembelian padachicken mania.
2. Bagi restoran Chicken Mania sebagai bahan rujukan agar bisa mengetahui tentang keputusan pembelian.
3. Sebagai bahan referensi bagi penelitian yang akan datang.