

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Permintaan pasar adalah salah satu faktor timbulnya persaingan pasar. Guna mencapai pangsa pasar yang besar, para pelaku usaha perlu meningkatkan daya saingnya, untuk dapat memenangkan persaingan pasar ini sebuah warkop perlu meningkatkan keputusan pembelian, dalam memenuhi target yang diinginkan. Keputusan pembelian merupakan pemikiran dimana konsumen atau pelanggan dapat mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan, keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli.

Di Aek Batu pertumbuhan Cafe semakin tinggi. Kini bisa meningkat lima hingga enam kali lipatnya. Bisnis sendiri memiliki berbagai bidang yang dapat dijalani, salah satunya adalah berbisnis dibidang penjualan makanan dan minuman seperti Cafe Gosel yang terletak di Jalan Lintas Sumatera Kecamatan Torgamba Kabupaten Labuhanbatu Selatan ini.

Faktor utama yang penting menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan pembelian adalah citra rasa makanan. Konsumen tentu menginginkan citra rasa makanan yang terbaik dari produk yang mereka beli. Dalam bisnis kuliner hal yang menjadi perhatian utama konsumen adalah cita rasa, kebersihan makanan serta cara penyajiannya.

Konsumen biasanya tertarik dengan makanan yang selain rasanya enak, juga memiliki tata penyajian yang menarik. Dimana peneliti juga telah melakukan penelitian terhadap pengunjung atau pelanggan Cafe Gosel Aek Batu sebanyak 100 pelanggan dimana pernyataan mereka 45 persen menyatakan menu itu lezat dan 55 persen menyatakan tidak lezat. Hal ini menyebabkan peneliti meneliti kualitas produk yang ada di Cafe Gosel Aek Batu karena akan mempengaruhi masyarakat untuk melakukan pembelian.

Pada *survey* yang dilakukan oleh penulis selain citra rasa makanan hal yang perlu diperhatikan adalah persepsi harga, dimana persepsi harga itu menjadi factor dominan yang difikirkan oleh pelanggan dalam melakukan pengambilan keputusan. Disini juga peneliti melakukan penelitian kepada 100 orang pelanggan Cafe Gosel Aek Batu, dan pernyataan yang diperoleh 48 persen murah dan 52 persen mahal. Dengan adanya harga yang lebih mayoritas diangka mahal sebanyak 52 persen maka peneliti melakukan uji sejauh mana persepsi harga ini mempengaruhi keputusan pembelian.

Harga dinilai sebagai faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dalam memutuskan pembelian konsumen tentu akan mencari tau harga dan membeli produk yang harganya paling sesuai dengan kemampuan membelinya. Cafe Gosel Aek Batu harus benar benar menyadari peran harga untuk menentukan sikap konsumen. Cafe Gosel Aek Batu sebagai salah satu Warkop di Aek Batu mematok harga yang relatif terjangkau yaitu berkisar antara Rp 10.000,- – Rp 30.000,-. Strategi ini dilakukan Cafe Gosel Aek Batu agar

produknya dapat dinikmati oleh berbagai kalangan, mulai dari pegawai kantoran, mahasiswa hingga murid sekolah.

Selain kedua faktor tersebut gaya hidup juga memiliki peranan yang sangat penting. Perkembangannya dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti demografi, tingkat ekonomi yang meningkat serta gaya hidup masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari menjamurnya bisnis kuliner dengan berbagai konsep, seperti konsep Restoran keluarga, Warung kaki lima, hingga Bistro dan warkop.

Para remaja pada umumnya lebih sering menghabiskan waktu di luar rumah. Karena alasan kepraktisan dan kenyamanan, mereka biasanya sering mengunjungi tempat-tempat makan untuk berkumpul bersama keluarga dan teman, bertemu klien, atau hanya sekedar untuk bersantai ditengah kesibukan mereka. Cafe Gosel Aek Batu merupakan salah satu tempat yang banyak dipilih. Warkop dinilai tidak hanya menawarkan makanan dan minuman saja, tetapi juga menawarkan fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan bagi pengunjungnya. Tidak heran bila para pengunjung Cafe Gosel Aek Batu bisa menghabiskan waktu berjam-jam berada di sana. Selain terlibat perbincangan santai, sebagian pengunjung juga menggunakan Warkop sebagai tempat menyelesaikan tugas atau pekerjaan.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis mengambil judul penelitian “Pengaruh Citra Rasa Makanan, Harga, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Gosel Aek Batu”.

B. Batasan dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Berdasarkan atas penjabaran diatas maka penulis menyimpulkan batasan masalah tersebut adalah Citra Rasa Makanan (X_1), Harga (X_2), dan Gaya Hidup (X_3) dalam Keputusan Pembelian (Y).

2. Rumusan Masalah

Dengan rumusan masalah tersebut pertanyaan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah citra rasa makanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Gosel Aek Batu?
2. Apakah Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Gosel Aek Batu?
3. Apakah Gaya Hidup secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Gosel Aek Batu?
4. Apakah citra rasa makanan, persepsi harga dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Gosel Aek Batu?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk :

1. Untuk mengetahui Citra Rasa Makanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Gosel Aek Batu.

2. Untuk mengetahui Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Gosel Aek Batu.
3. Untuk mengetahui Gaya Hidup secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Gosel Aek Batu.
4. Untuk mengetahui Citra Rasa Makanan, Persepsi Harga dan Gaya Hidup berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Gosel Aek Batu.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Cafe Gosel Aek Batu
Sebagai bahan informasi bagi pihak pimpinan dalam upaya mengetahui keputusan pembelian pada Cafe Gosel Aek Batu.
2. Bagi penulis
Menambah pengetahuan dan wawasan peneliti mengenai model pengaruh antara variable Citra Rasa Makanan, Harga, dan Gaya Hidup terhadap keputusan pembelian.
3. Bagi peneliti lain
Menjadi inspirasi peneliti lain yang akan mengevaluasi Citra Rasa Makanan, Harga, dan Gaya Hidup.
4. Bagi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Sebagai bahan masukan dan juga tambahan dibidang manajemen pemasaran khususnya diperpustakaan Universitas LabuhanBatu Fakultas

Ekonomi Manajemen dan juga mahasiswa yang akan menyusul dalam pembuatan skripsi