

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini perkembangan dunia usaha di kota Malang semakin pesat. Hal ini di tandai dengan meningkatnya jumlah usaha menengah di kota Malang menyebabkan tingkat persaingan antar usaha jenis tidak dapat terhindarkan. Peningkatan aktivitas dan pendapatan penduduk, mendorong semakin diperlukannya makanan dan minuman yang praktis, mudah, dan cepat cara penyajiannya serta bergizi tinggi. Pendapatan masyarakat yang cenderung meningkat secara bersamaan diikuti dengan perilaku hidup yang semakin modern, mengakibatkan permintaan yang tinggi terhadap bahan makanan dan minuman yang mudah diproses dan siap saji. Pemenuhan kalori dan protein lebih banyak dikonsumsi dari makanan dan minuman siap saji. Pemenuhan kalori dan protein lebih banyak dikonsumsi dari makanan dan minuman siap saji. Menurut BPS Republik Indonesia (2012), rata-rata konsumsi kalori dan protein penduduk (dalam gram) per kapita per hari untuk jenis makanan dan minuman jadi sebanyak 265,55 gram untuk kalori dan 7,93 gram untuk protein. Dunia Kuliner, sangat terkait dengan area atau tempat, identitas, dan budaya. Upaya untuk menjual dan mempromosikan segala aspek makanan di salah satu destinasi membutuhkan kreativitas dalam pengembangan produk, pemasaran dan menciptakan pengalaman bersama makanan. Perkembangan dunia kuliner juga di pengaruhi oleh keputusan konsumen.

Keputusan pembelian yaitu beberapa tahapan yang dilakukan konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk (Kotler & Keller, 2011). Berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen mempertimbangkan kualitas, harga, dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat. Mutu (kualitas) produk adalah keseluruhan fitur dan sifat produk yang mempengaruhi kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan para pelanggan, yang dinyatakan maupun yang tersirat (Kotler & Keller, 2011).

Penelitian terdahulu telah menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh produk dan harga (Kristian & Widayanti, 2016; Zulaicha & Irawati, 2016), sedangkan Heryanto (2016) dan Aristo (2016) menyatakan selain produk dan harga, distribusi dan promosi merupakan variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Keputusan pembelian yaitu beberapa tahapan yang dilakukan konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk (Kotler & Keller, 2011). Berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen mempertimbangkan kualitas, harga, dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat. Mutu (kualitas) produk adalah keseluruhan fitur dan sifat produk yang mempengaruhi kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan para pelanggan, yang dinyatakan maupun yang tersirat (Kotler & Keller, 2011). Penelitian terdahulu telah menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh produk dan harga (Kristian & Widayanti, 2016; Zulaicha & Irawati, 2016), sedangkan Heryanto (2016) dan Aristo (2016) menyatakan selain produk dan harga, distribusi dan promosi merupakan variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Penelitian komparasi merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengetahui dan atau menguji perbedaan dua kelompok atau lebih. Penelitian komparasi juga adalah penelitian yang dilakukan untuk membandingkan suatu variabel (objek penelitian), antara subjek yang berbeda atau waktu yang berbeda dan menemukan hubungan sebabakibatnya. Metode komparasi adalah suatu metode yang digunakan untuk membandingkan data-data yang ditarik ke dalam konklusi baru. Komparasi sendiri dari bahasa inggris, yaitu compare, yang artinya membandingkan untuk menemukan persamaan dari kedua konsep atau lebih.

Salah satu bidang yang merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis dibidang kuliner. Banyaknya usaha kuliner yang ada di kota Malang menjadikan persaingan bisnis ini menjadi sangat ketat. Salah satu usaha dalam bentuk kuliner adalah Kedai Pak Cik Melayu Food yang berlokasi di Jl. Ters. Kendalsari No.01, Tulusrejo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang. Dan harga menu pada Kedai Pak Cik Melayu Food 3.000 – 45.000. Dan terdapat fasilitas termasuk Toilet, Musholla, Halaman parkir, Wifi. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen terhadap penikmat makanan melayu. Kedai Pak Cik Melayu Food menawarkan bermacam-macam menu mulai dari Mie Aceh, Nasi Goreng, dan menu spesial nya Mie Aceh Kepiting selain aneka hidangan makanan yang berat, juga tersedia berbagai menu makanan lain yang patut untuk dicoba terutama dessert Roti Mariam Kaya dan minuman jangan lupa untuk Kopi Sanger dan Teh Tarik nya. Tempat yang kedua Mie Aceh Bang Ahmad yang berlokasi Gg. 10 No.8, Tlogomas, Kec. Lowokwaru, Kota Malang. Dan harga menu pada Mie Aceh Bang Ahmad kisaran 3.000 – 30.000. Dan terdapat juga fasilitas Toilet, Halaman Parkir, Live Music Karoke, Wifi. Mie Aceh Bang Ahmad menawarkan menu mulai dari Mie Aceh, Nasi Goreng, dan menu spesial nya Mie Aceh Seafood selain aneka hidangan makanan yang berat, juga tersedia berbagai menu makanan lain yang patut untuk dicoba terutama dessert Roti Mariam Kaya dan minuman jangan lupa dengan Teh Tarik nya yang best seller. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti ingin mengetahui perbandingan dari pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen di Mie Aceh Bang Ahmad dan Kedai Pak Cik Melayu Food

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, terdapat permasalahan yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini, adalah :

1. Bagaimana pengaruh produk, harga, promosi, tempat dan proses terhadap keputusan konsumen di Mie Aceh Bang Ahmad dan Kedai Pak Cik Melayu Food
2. Bagaimana perbedaan bauran pemasaran pada Mie Aceh Bang Ahmad dan Kedai Pak Cik Melayu Food

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh produk, harga, promosi, tempat dan proses terhadap keputusan konsumen Mie Aceh Bang Ahmad dan Kedai Pak Cik Melayu Food
2. Menganalisis perbedaan bauran pemasaran di Mie Aceh Bang Ahmad dan Kedai Pak Cik Melayu Food

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi seluruh pihak yang berkepentingan dengan hasil penelitian, antara lain :

1. Bagi peneliti diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen Kedai Pak Cik Melayu Food dan Mie Aceh Bang Ahmad dapat dijadikan sebagai wadah pengaplikasian teori yang telah diajarkan dalam bangku perkuliahan
2. Bagi Kedai Pak Cik Melayu Food dan Mie Aceh Bang Ahmad diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi untuk kedepannya agar terus ditingkatkan mengenai kualitas produk, harga, promosi dan tempat
3. Bagi pembaca diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat apabila suatu saat akan melakukan penelitian dengan tema yang serupa sehingga dapat dijadikan acuan atau bahan perbandingan dengan penelitian terdahulu

1.5 Definisi Operasional

Definisi Operasional merupakan suatu atribut dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Agustian et al., 2019a). Dalam penelitian ini, definisi operasional variabelnya adalah sebagai berikut :

1. Mie Aceh, Mi aceh adalah masakan mi pedas khas Aceh di Indonesia

2. Produk, Produk adalah segala hal yang bisa ditawarkan, dipunyai, dimanfaatkan ataupun dikonsumsi agar mampu memuaskan kebutuhan ataupun keperluan konsumen.
3. Harga, Harga merupakan nilai atau uang yang diberikan pelanggan sebagai imbalan atas penawaran tertentu yang berfungsi untuk memuaskan kebutuhan dan Keinginan mereka.
4. Promosi, Promosi adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang menonjolkan keistimewaan-keistimewaan produknya yang membujuk konsumen sasaran agar membelinya
5. Tempat, Tempat mengacu pada kemudahan konsumen mengakses layanan. Tidak hanya mengenai lokasi fisik dari tempat itu tetapi juga bagaimana mekanisme distribusi yang dipergunakan untuk menyampaikan produk yang ditawarkan, dari titik produksi ke konsumen
6. Proses, Proses merupakan bagaimana produk dapat sampai ke pelanggan. Proses dapat berupa prosedur, alur, atau mekanisme yang perlu dilakukan oleh pelanggan untuk dapat mendapatkan produk tersebut. Oleh sebab itu, proses harus diatur dan diperhatikan agar dapat berjalan selancar mungkin tanpa hambatan.
7. Keputusan Pembeli, Keputusan pembeli adalah rangkaian keputusan yang diambil oleh konsumen untuk membeli