

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Penelitian**

Di Indonesia Era Globalisasi sekarang ini sudah tidak dapat di pungkiri lagi bahwa semakin kesini kemajuan perkembangan ekonomi-ekonomi rumah makan dan wisata kuliner sangat membawa dampak tinggi bagi kehidupan manusia terutama dunia usaha yang banyak saat ini. Banyak sekali pengusaha-pengusaha makanan dan minuman di Indonesia. Hal inilah yang membuat negara Indonesia sangat menarik perhatian dari wisatawan mancanegara maupun wisatawan lokal untuk berkeliling di Indonesia. Banyak sekali jenis, seperti wisata bahari, produk wisata, wisata petualangan, ekowisata, wisata MICE (MICE & *eventtorism*), objek wisata, terintegrasi wisata olahraga, wisata kota dan desa, wisata warisan budaya dan sejarah serta wisata belanja dan wisata kuliner (Ratman, 2016:19).

Disamping itu banyak usaha-usaha yang bermunculan baik rumah makan kecil ataupun besar berdampak pada persaingan-persaingan yang sangat ketat antar rumah makan baik sejenis maupun yang tidak sejenis. Dengan banyaknya rumah makan kecil ataupun besar saat ini masyarakat dengan mudahnya bisa memenuhi dan mendapatkan kebutuhan hidupnya. Semakin tinggi gaya hidup masyarakat sekarang ini, menyebabkan banyak masyarakat yang pasif dalam memenuhi kebutuhannya. Maksud dari kata pasif disini adalah mereka yang lebih suka membeli berbagai macam kebutuhan secara instan dan mudah di dapat. Industri pengolahan bahan makanan siap saji

rumah makan dan restoran merupakan salah satu industri yang menyajikan makanan dan minuman pada saat ini di Indonesia. Banyaknya jumlah rumah makan dan restoran yang berkembang saat ini merupakan fenomena yang terlihat jelas mulai dari rumah makan yang berskala kecil hingga berskala internasional. Rumah makan menjadi salah satu berunjungnya masyarakat ketika keluar rumah ingin berwisata kuliner.

Makanan adalah kebutuhan sehari-hari. Mie merupakan produk makanan yang sangat populer, banyak sekali diminati dan dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia, di Indonesia banyak berbagai jenis kuliner dengan bahan dasar mie. Mulai dari berbagai makanan khas daerah sampai dengan karakteristik yang berbeda berdasarkan kondisi saat ini banyak sekali bermunculan Mie siap saji atau bisa di kenal dengan jenis, varian dan ide kreatif yang berbeda. Mie termasuk salah satu hidangan pokok yang disukai masyarakat. Belakangan ini olahan tepung tersebut banyak tampil dengan berbagai macam varian baru.

Salah satu wisata kuliner di Jawa Timur, khususnya Kota Mojokerto adalah kuliner Mie Gacoan (anak perusahaan PT Pesta Pora Abadi) rumah makan Cabang Mojokerto yang berlokasi di Jl. PB Sudirman 55c Mojokerto merupakan resto mie yang memberikan price to quality terbaik di kelasnya. Mie Gacoan menjadi tempat bersantap mie terbaik terutama bagi pelajar dan mahasiswa dimana mereka bisa nongkrong, kerjakan tugas, ngobrol santai, dan ngeksis bareng. Mie Gacoan mempunyai Visi "Menjadi merk resto mie dengan jaringan terbesar di kelasnya". Sedangkan Misinya adalah :

1. Membangun struktur operasional yang efektif dan efisien

2. Menyediakan menu bernilai maksimal dengan harga yang terbaik
3. Inovasi tanpa henti sesuai dengan kebutuhan dan trend jaman

Mie Gacoan dalam Bahasa Jawa gacoan berarti jagoan atau andalan. Dengan kata lain, bisa dikatakan nama tersebut mengemban harapan agar mie yang di sajikan menjadi terbaik di antara yang pernah ada sebelumnya. Konsep di tawarkan di Mie gacoan ini bernuansa kekinian tidak kalah penting dengan yang lainnya. Mie Gacoan sebenarnya tidak lah berbeda dengan mie pedas yang sering orang ketahui. Konsumen bebas memilih tingkat kepedasan sesuai selera. Istilah yang diberikan untuk tiap levelnya cukup unik, mulai dari angel, setan, hingga iblis. Konsumen yang tidak menyukai rasa pedas bisa pesan mie angel yang di sesuaikan tanpa cabai sama sekali. Sementara bagi konsumen yang ingin tantangan atau menambah selera makan bisa mencoba dengan level Mie setan atau bahkan Mie iblis. Gitosudarmo (2010:228) harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta dengan jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya. Mie Gacoan dengan porsi yang cukup banyak di jamin konsumen puas. Konsumen bisa menikmati Mie Gacoan dengan harga 1 porsi tidak lebih dari Rp 10 ribu rupiah itu sudah bisa di nikmati dengan berbagai varian level dari tidak pedas sampai pedas yang di namakan mie iblis..

Konsumen memilih makanan dan minum di Mie Gacoan, dilakukan oleh konsumen yang makan di tempat Mie Gacoan tidak lepas dari Keputusan Konsumen itu sendiri dalam menentukan dimana konsumen memutuskan dimana konsumen akan memilih makan Mie di tempat. Keputusan memilih

oleh konsumen di pengaruhi banyak hal yang salah satunya adalah perilaku konsumen. Karena sangat banyak minat konsumen untuk makan di tempat pada Mie Gacoan ini dengan mienya banyak varian rasa yang enak dan pedas. Dengan tempat yang dekorasinya sangat nyaman, bersih dan bisa digunakan juga untuk spot foto. Bauran promosi tradisional meliputi berbagai metode untuk mengkomunikasikan manfaat jasa kepada pelanggan potensial dan actual. Metode-metode tersebut terdiri atas periklanan, promosi penjualan, direct marketing, personal selling, dan public relations. Meskipun secara garis besar bauran promosi untuk barang dan jasa sama, promosi jasa sering kali membutuhkan penekanan tertentu pada upaya meningkatkan kenampakan tangibilitas jasa (Tjiptono, 2014:42). Walaupun banyak tempat makan mie tetap konsumen memilih Mie Gacoan karena beda dengan yang lainnya, yang menarik di Mie Gacoan Cabang Mojokerto ini selain mienya yang enak ada lagi yang menarik yaitu karyawan yang bekerja di Mie Gacoan ganteng-ganteng dan cantik-cantik itu yang membuat konsumen tertarik makan di yang tempat Mie Gacoan. Lokasi merupakan tempat dimana suatu perusahaan harus bermarkas melakukan operasi di terpat suatu perusahaan (Lupiyoadi, 2011:61-62). Halaman tempat parkirnya lumayan nyaman dan aman karena sudah ada petugas parkir khusus konsumen Mie Gacoan. (Lupiyoadi, 2013:98) Proses merupakan gabungan dari semua aktifitas yang terdiri atas prosedur, jadwal dari pekerjaannya, mekanismenya, dan hal rutin lainnya. Dari itu semualah bisa mempengaruhi keputusan konsumen untuk makan di tempat Mie Gacoan Cabang Mojokerto.

Menurut Hawkins dan Mothersbaght (dalam Tiptono, 2014) perilaku konsumen adalah studi mengenai individu, kelompok atau organisasi dan proses-proses yang mereka gunakan untuk menyeleksi, mendapatkan, menggunakan dan menghentikan pemakaian produk, jasa, pengalaman atau ide untuk memuaskan kebutuhannya dengan mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan.

Dalam pengambilan keputusan konsumen memilih Mie Gacoan terdapat keadaan yang mendasari atau mempengaruhi terjadinya suatu keputusan pembelian. Keadaan yang mendasari atau mempengaruhi terjadinya keputusan pembelian konsumen terhadap Mie Gacoan. Bukti fisik adalah lingkungan fisik suatu perusahaan yang diciptakan jasa dan konsumen berinteraksi, mendukung, atau mengkomunikasikan jasa tersebut (Lupiyoadi 2013:120). Keadaan yang mendasari inilah yang disebut dengan faktor-faktor. Ada faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian, yaitu : faktor produk, faktor harga, faktor tempat, faktor proses, faktor promosi, faktor sosial, faktor psikologis, faktor kelompok referensi, faktor keluarga, faktor pelayanan dan keputusan konsumen.

Dengan faktor-faktor tersebut peneliti akan meneliti apakah berpengaruh terhadap keputusan konsumen memilih makan di tempat Mie Gacoan. Perilaku konsumen dalam memilih Mie Gacoan merupakan sesuatu yang seharusnya di pelajari oleh pemasar untuk mengetahui dan memahami cara konsumen dalam mengambil keputusan memilih oleh konsumen. Dalam hal tersebut menuntut peneliti untuk meneliti apa yang mempengaruhi konsumen

dalam meneliti apa yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih makan di tempat Mie Gacoan Cabang Mojokerto.

Produk menurut Angiopora (2012:151) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan yang di butuhkan oleh konsuemen. Pemahaman tentang keputusan konsumen dalam memilih makan di tempat Mie gacoan dapat dilakukan dengan mengadakan penelitian dengan mengukur faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam keputusan konsumen memilih Mie Gacoan Cabang Mojokerto. Sehingga dalam penelitian ini peneliti mengangkat pembahasan penelitian tentang faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam keputusan konsumen memilih Mie Gacoan, dengan lokasi penelitian yang di laksanakan di Mie Gacoan Cabang Mojokerto. Dengan faktor tersebut, penelitian ini menganalisis apakah faktor-faktor tersebut mempengaruhi keputusan konsumen terhadap keputusan konsumen memilih makan di tempat pada Mie Gacoan?

Judul yang penulis ambil untuk penelitian ini adalah **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN BERKUNJUNG KE WARUNK MIE GACOAN CABANG MOJOKERTO”** penelitian tentu akan dilakukan di Mie Gacoan Cabang Mojokerto yang berlokasi di Jl. PB Sudirman 55c.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis uraikan di atas, maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi keputusan konsumen berkunjung ke warunk Mie Gacoan Cabang Mojokerto?

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen berkunjung ke warunk Mie Gacoan Cabang Mojokerto. Tujuan penelitian tersebut untuk Mengetahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen berkunjung ke warunk Mie Gacoan Cabang Mojokerto.

## **D. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada:

### **1. Manfaat Akademisi**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam memberikan informasi ilmu yang dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai manajemen pemasaran. Selain itu juga untuk mengembangkan studi opini, menambah pengetahuan dan pembendaharaan kepustakaan Program Studi Manajemen Universitas Islam Majapahit. Diharapkan menjadikan ilmu yang dapat dimanfaatkan untuk menambah masukan penelitian selanjutnya terhadap permasalahan yang sama.

## 2. Manfaat Praktisi

- a. Bagi Pembaca, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai nilai tambah khasanah pengetahuan dalam hal usaha rumah makan.
- b. Bagi Penulis, penelitian ini menjadi syarat tugas akhir dalam masa perkuliahan yang nantinya dapat dijadikan acuan dalam menerapkan ilmu-ilmu yang di peroleh selama bangku perkuliahan dalam hal pemasaran terutama dalam hal ini adalah pemasaran usaha rumah makan.
- c. Bagi Universitas, penelitian ini nantinya dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan berbandingan dalam penelitian-penelitian sejenis yang tentunya lebih baik dengan ilmu dan teori pendukung yang terbaru sesuai dengan zamannya.
- d. Bagi Perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, informasi tambahan dan dapat sebagai bahan pertimbangan bagi MieGacoan Cabang Mojokerto untuk lebih memahami sejauh mana Analisis faktor-faktor terhadap keputusan konsumen berkunjung ke warunk Mie Gacoan Cabang Mojokerto.

### **E. Batasan Penelitian**

Dari rumusan masalah yang telah dijabarkan di atas, telah tergambar dimensi permasalahan yang sangat luas. Namun karena adanya keterbatasan waktu, kemampuan serta biaya, maka peneliti telah membuat batasan masalah dalam penelitian ini secara lebih terfokus. Penelitian ini pada akhirnya dibatasi pada permasalahan mengenai analisis faktor-faktor yang

mempengaruhi keputusan konsumen berkunjung ke warung Mie Gacoan Cabang Mojokerto. Dengan menggunakan faktor produk, faktor harga, faktor tempat, faktor proses, faktor promosi, faktor sosial, faktor psikologis, faktor kelompok referensi, faktor keluarga, faktor pelayanan dan keputusan konsumen makan di tempat Mie Gacoan Cabang Mojokerto.