BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dan semakin berkembangnya peradaban, kehidupan, budaya, dan teknologi manusia yang selalu berganti dan diperbarui menjadi lebih baik yang mengikuti perkembangan jaman yang selalu naik menimbulkan perubahan pola pikir dan budaya masyarakat menjadi cenderung lebih individual. Kesibukan yang padat dan pengaruh tekanan yang besar pada kehidupan dan pekerjaan menuntun masyarakat mendapatkan tempat untuk menyegarkan diri dan melepas kepenatan dari rutinitas yang selalu dilakukan sehari-hari. Hal yang biasanya dilakukan untuk melepas kepenatan dan menyegarkan diri adalah dengan bersantai menikmati makanan minuman, berkumpul dengan keluarga atau teman dan menikmati pelayanan yang disediakan.

Melihat peluang ini dan pola pikir masyarakat yang membutuhkan hal tersebut sebagai tempat menghilangkan kejenuhan, kepenatan, lelah dan rasa lapar membuat para pelaku bisnis makanan membuat inovasi baru dalam hal untuk memenuhi kepuasan masyarakat. Dimana inovasi-inovasi yang dikeluarkan para pelaku bisnis kuliner akan selalu menarik masyarakat yang haus untuk bisa menikmati suasana yang nyaman, makanan yang enak, pelayanan yang baiik dan harga yang memang relatif sesuai dengan masyarakat. Para pebisnis kuliner mencoba melirik usaha kedai makanan yang

modal relatife rendah dan harga bisa menjangkau untuk kalangan menengah kebawah, tidak hanya murah tempat ini juga menyediakan suasana yang cukup nyaman karena pelayanannya yang bersifat kekeluargaan membuat tempat ini nyaman untuk di buat kumpul keluarga, teman dan rekan kerja. Karena hal ini bisnis kedai ini cukup menjanjikan untuk para pebisnis kuliner yang memiliki modal tidak terlalu besar.

Semakin berkembang dan makin banyaknya inovasi dalam bisnis makanan banyak pelaku bisnis kuliner dituntun untuk kreatif dalam mengembangkan usaha makanan agar para konsumen terus tertarik dan datang untuk membeli produk makanan, dan bisa bersaing dengan kompetitor lainnya yang lebih besar. Dalam menghadapai persaingan para kompetitor bisnis makanan yang selalu dituntut untuk berkembang dan berinovasi maka setiap pebisnis di bidang kuliner ini harus siap dan kuat untuk bersaing ketat dalam segala aspek yang ada. Tujuan yang telah ditetapkan perusahaan haruslah konsisten dengan cara yang telah ditempuh untuk dapat menempatkan posisi relatifnya dalam persaingan. Jika hal tersebut tidak dipikirkan maka para pelaku bisnis kuliner akan kehilangan pangsa pasar dan tidak dapat bersaing dengan para kompetitor lainnya yang memiliki bisnis yang sama.. Dalam hal ini bisnis kedai ini sangat menjanjikan untuk bisa bertahan dalam persaingan yang begitu ketat.

Selain hal tersebut segi pemasaran dan pengenalan juga sangat diperlukan untuk memperoleh konsumen baru dan bisa mempertahakan konsumen lama yang sudah ada. Sangat menguntukan untuk bisa

mempertahakan konsumen lama karena mereka akan selalu datang kembali dikarenakan harga yang terjangkau bagi mereka dan bisa meningkatkan hasil penjualan terus menerus.

Dalam menjalankan sebuah bisnis, para pelaku bisnis di tuntut untuk memahami konsep-konsep dasar dalam ilmu pemasaran dan perilaku konsumen, yaitu kebutuhan. Keinginan, dan permintaan. Ketepatan pemahaman atas konsep-konsep dasar ini akan memudahkan produk menyiapkan konsep pemasaran yang tepat untuk menhadapai perilaku konsumen yanmg selalu berubah dari waktu ke waktu. Kebutuhan manusia adalah ketidakberadaan beberapa kepuasan dasar. Keinginan adalah hasrat akan pemuas kebutuh yang spesifik. Permintaan adalah keinginan akan produk yang spesifik yang didukung oleh kemampuan dan kesedian untuk membelinya.

Berdasarakan pengamatan terhadap Kedai Dimsum “Tuman” salah satu variabel yang mungkin mempengaruhi penentu dari keputusan pembelian adalah perilaku konsumen. Dari uraian latar belakang masalah tersebut menarik untuk dilakukan suatu penelitian dan pengamatan dengan judul : ”PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI DI KEDAI DIMSUM TUMAN”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penulisan ini adalah: “Bagaimana pengaruh perilaku konsumen untuk memberi keputusan pembelian?”

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh perilaku konsumen terhadap suatu produk dapat mempengaruhi keputusan pembeli.
2. Adapun manfaat yang ingin dicapai sebagai berikut:
   a. Bagi Penulis
      1) Sebagai salah satu syarat kelulusan
      2) Menambah wawasan dan pengetahuan dibidang perhotelan khususnya di *Marketing Operasional*
      3) Meningkankan kreativitas dan pengembangan minat dibidang perhotelan khususnya di *Marketing Operasional*
      4) Mengembangkan pola pikir kritis, analistis, dan konseptional terhadap aspek-aspek tertentu di dunia industri pariwisata, khususnya dibidang perhotelan
   b. Bagi perusahaan
      1) Sebagai masukan tentang operasional di Kedai Dimsum Tuman agar lebih meningkatkan standart kualitas dan penentuan harga yang sesuai
      2) Mengevaluasi hasil usaha yang dikerjakan

3) Meningkatkan kerjasama dengan Politeknik NSC Surabaya

c. Bagi Politeknik NSC

1) Memberi nilai tambah dalam penyusunan kurikulum

2) Meningkatkan kerjasama dengan perusahaan

D. Batasan Masalah

Untuk mengtahui lebih jelas dan lebih mengarah mengenai pengaruh perilaku konsumen dan keputusan pembelian di Kedai Dimsum Tuman Surabaya.