

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Peranan Usaha Kecil Menengah (UKM) dalam perekonomian saat ini sangat penting bagi kehidupan masyarakat. Usaha Kecil Menengah (UKM) khususnya usaha dalam bidangkuliner yang sangat diminati yaitu Warung Makan 2547 yang berada di Kabupaten Poso Kecamatan Poso Pesisir Utara yang bertempat di desa Membuke. Usaha yang ada di bidang warung makan 2547 akhir-akhir ini telah menunjukkan perkembangan yang cukup baik, di sebabkan karena makanan sangat penting bagi masyarakat. Warung makan bisa menyajikan beberapa menu yaitu ikan bakar, ikan woku, danikan goreng, serta menyediakan minuman yang berenergi seperti msusu dan kukubima. Warung makan juga memberikan tempat yang nyaman bagi konsumen dan harga yang murah sehingga dapat di jangkau oleh konsumen. Warung makan 2547 memiliki ciri khas makanan yang berbeda dengan warung makan lainnya, sehingga konsumen bisa merasa puas dengan harga dan rasa yang diberikan.

Beberapa bulan ini konsumen warung makan 2547 didesa membuke mengalami penurunan jumlah konsumen diakibatkan makin banyaknya warung makan yang berada di sekitaran desa maupun di luar desa, bisa dilihat dari beberapa tempat warung makan didaerah tersebut, dengan melihat makin banyaknya warung makan yang sudah mempromosikan masing-masing menu yang disediakan. Hal ini yang membuat warung makan 2547 mengambil langkah strategis untuk meningkatkan daya beli konsumen (Keputusan pembelian). Maka

peneliti akan mengidentifikasi berdasarkan masalah dengan variabel cita rasa dan harga.

Keputusan pembelian merupakan suatu tahap keputusan dimana konsumen ingin melakukan sesuatu sesuai dengan apa yang diinginkan dan apa yang diharapkan sehingga bisa memutuskan secara aktual apa yang akan dia lakukan seperti membeli suatu produk atau jasa (Rondonuwu, 2018).

Pilihan untuk membeli sesuatu merupakan sikap yang dikembangkan konsumen setelah melalui sejumlah prosedur integrasi dan evaluasi untuk memilih pilihan yang terbaik bagi kebutuhannya. Hal ini memudahkan pelanggan untuk memutuskan apakah akan membeli produk ini, mencegah penilaian yang sewenang-wenang (Purnomo, 2017).

Cita rasa dapat meningkatkan kepercayaan pada konsumen karena cita rasa bisa memberikan rasa yang membuat konsumen merasa puas dan bisa memutuskan untuk membeli produk tersebut. Cita rasa merupakan salah satu upaya untuk membedakan makanan berdasarkan rasa yang telah disediakan (Destria, 2019).

(Njoto, 2016) menyatakan bahwa keputusan pembelian didasarkan cita rasa berpengaruh positif dan signifikan. Apa bila cita rasa yang diberikan bisa memberikan hasil yang baik sehingga membuat pembeli memutuskan untuk membeli suatu produk. sehingga kedepannya perusahaan bisa menjadi lebih baik lagi dan bisa meningkatkan keputusan pembelian. Selain cita rasa ada juga harga yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Harga merupakan suatu strategi dalam sebuah usaha karena harga sangat menentukan setiap penjualan pada suatu produk yang terjual, dengan nilai harga yang di berikan kita dapat menghitung keuntungan bahkan kerugian pada suatu usaha sehingga bisa mengetahui kenaikan dan daya beli pada konsumen (Zulkarnaen, 2018).

Menurut (Weenas, 2013), harga mempengaruhi pembelian dengan cara yang menguntungkan dan signifikan. Pelanggan dapat menentukan bahwa suatu produk berbeda dengan harga yang bersaing dan memiliki harga yang terjangkau karena mereka biasanya akan lebih menyukai produk dengan harga yang jauh lebih rendah, yang mengarah pada keputusan pembelian yang lebih besar.

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan penelitian diatas , maka judul peneliti ini adalah pengaruh cita rasa dan harga terhadap keputusan pembelian pada warung makan 2547 di desa membuke.

Mengenai latar belakang penelitian mencoba merumuskan masalah sebagai berikut :

1.1 Rumusan Masalah

- 1.2.1 Apakah cita rasa dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada warung makan 2547 di desa membuke.
- 1.2.2 Apakah cita rasa berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada warung makan 2547 di desa membuke.
- 1.2.3 Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada warung makan 2547 di desa membuke.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1.3.1 Untuk mengetahui pengaruh cita rasa dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada warung makan 2547 di desa membuke.
- 1.3.2 Untuk mengetahui pengaruh cita rasa terhadap keputusan pembelian pada warung makan 2547 di desa membuke.
- 1.3.3 Untuk mengetahui pengaruh cita rasa terhadap keputusan pembelian pada warung makan 2547 di desa membuke

1.4 Manfaat penelitian

Hasil dari penelitian ini di harapkan mempunyai manfaat yaitu :

- 1.4.1. Sebagai bahan referensi perusahaan selalu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian karena berpengaruh kelangsung terhadap langsung usaha. Khususnya mengenai cita rasa, harga dan keputusan pembelian.
- 1.4.2 Menambah literatur perpustakaan di bidang khususnya mengenai cita rasa, harga dan keputusan pembelian.
- 1.4.3 Sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana ekonomi (S1) pada prodi Fakultas Ekonomi Universitas Sintuwu Maroso.
- 1.4.4 bahan Sebagai bahan acuan dan pertimbangan untuk penelitian-penelitian selanjutnya menyangkut masalah yang sama.