

BAB 1

PENDAHULUAN

2.1 1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, manusia semakin sibuk dengan kesibukannya mereka masing-masing, mereka dituntut selalu padat dalam beraktivitas sehingga cenderung memilih hal yang praktis dengan makan di kantin, warteg atau restoran dari pada memasak sendiri dirumah. Dengan demikian secara tidak langsung kebutuhan dan keinginan konsumen juga ikut berubah. Fenomena ini dapat ditangkap oleh beberapa orang yang kemudian mendirikan usaha di bidang jasa penyediaan makan. Seperti yang sudah diketahui, kantin merupakan tempat berkumpulnya semua masyarakat dalam suatu lingkungan yang berkeinginan untuk makan pada saat jam sarapan, makan siang, atau hanya sekedar membeli cemilan. Namun, terkadang beberapa pelanggan datang ke kantin hanya untuk sekedar bersantai saja. Kantin biasanya berisi dari beberapa booth atau *stand* makanan yang telah disediakan oleh pihak tempat tersebut. Kantin indentik dengan tempat yang wajib ada di kampus atau univesitas. Akan tetapi, tidak hanya kampus yang memiliki kantin, sekolah dan kantor pun memiliki kantin khusus yang telah tersedia.

Menurut Good dalam bukunya Dictionary of Education mengatakan "*cafeteria is a room or building in which public school pupuils or collage student select prepared food and serve themselves*".^[1] Kantin adalah suatu ruang atau bangunan yang berada di sekolah maupun perguruan tinggi, di mana menyediakan makanan pilihan sehat untuk siswa dan mahasiswa yang dilayani oleh petugas kantin.^[1]

Kantin ITI (Institut Teknologi Indonesia) baru sekarang menerapkan kantin yang berkonsep IT, sekaligus suasana yang sangat sejuk nyaman, bersih dan terjaga. Berbeda dengan kantin ITI pada zaman sebelum direnovasi kantin yang bersuasana gelap, kebersihannya kurang, masih bebas asap kawasan merokok dan masih belum terorganisir dengan baik karena dari setiap kantin yang ada disitu mempunyai tempat masing-masing untuk setiap jurusannya. Tetapi pada zaman itu kondisi kantin yang seperti itu ramai dan selalu penuh dengan

mahasiswa yang datang ke kantin, kantin pun tidak pernah sepi pada zaman itu tidak tahu karena sistemnya mungkin masih bebas mahasiswa bisa membuat diskon pada saat keadaan tidak mempunyai uang. Berbeda dengan kondisi kantin yang sekarang yang sangat bersih, rapi, nyaman bebas dari kawasan dilarang merokok di area kantin indoor karena kantin yang sekarang mempunyai 2 lantai, lantai pertama ruangnya *indoor* dan yang paling atas itu dikhususkan untuk pengunjung yang ingin makan sambil merokok karena kawasannya tidak berbentuk ruangan melainkan *outdoor* yang bisa untuk digunakan bagi pengunjung kantin yang sambil merokok. Dan sekarang pun tidak ada lagi yang namanya kantin jurusan masing-masing dari setiap prodi. Banyak mahasiswa yang tidak membawa bekal dari rumahnya dan selalu makan di kantin sekarang bisa makan bersama dan berkumpul bersama tanpa membedakan dari setiap jurusannya dan bisa saling mengenal lagi dan dekat dari setiap jurusan masing-masing. Dengan keadaan kantin yang sudah tersusun rapi, bersih, dan terorganisir dengan baik. Tetapi masih ada mahasiswa yang lebih memilih makan di luar kantin kampus ITI seperti membeli makan ke tempat makan di luar area kampus kantin atau mencari tempat makan cemilan lainnya ke sekolah-sekolah dekat kampus ITI yang menjadikan suasana kantin sekarang tidak ramai penuh seperti kantin dahulu.

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan kemajuan teknologi, dunia usahapun mengalami pertumbuhan yang pesat dengan munculnya berbagai perusahaan dibidang kuliner yang berusaha menciptakan produk dan jasa memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan demikian persaingan yang ketat akan mendominasi dunia usaha dewasa ini, dimana perusahaan saling berlomba untuk menguasai pangsa pasar. Dilihat dari kenyataan ini maka perusahaan dituntut untuk lebih mengadaptasi diri dengan bekerja lebih efisien dan efektif, mempunyai kemampuan mengkombinasikan fungsi-fungsi organisasi lainnya agar perusahaan dapat berjalan dengan lancar.

Tekanan-tekanan dari faktor-faktor internal dapat saja berupa sikap, inovasi-inovasi dan keunggulan dalam bersaing melalui perbaikan produk dan perbaikan sumber daya manusia sedangkan faktor eksternal yaitu kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis. Faktor internal dan eksternal merupakan pendorong yang mengharuskan setiap perusahaan untuk bisa mengadaptasi dan beradaptasi

terhadap setiap perubahan agar dapat tetap eksis, sehingga perubahan yang terjadi tidak merupakan rintangan atau ancaman, tetapi dapat menjadi peluang untuk mengembangkan usaha dan memperoleh keuntungan yang besar.

Pemahaman akan perilaku konsumen mutlak diperlukan apalagi pada saat sekarang ini perkembangan dari dunia makanan atau kuliner yang begitu pesat dan cepat membuat intensitas persaingan yang semakin tinggi, dan ini menjadi hal penting bagi para pemasar apabila ingin tetap diterima oleh konsumennya.

Menurut Kotler Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Menurut Nugroho dalam Safitri Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. [2]

Keputusan pembelian merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh setiap orang dalam setiap waktu dan tempat. Keputusan membeli ini dinilai sebagai suatu tindakan yang dilakukan oleh konsumen setelah melakukan evaluasi terhadap seluruh alternatif yang ada sehingga timbul keinginan untuk membeli. Dan menurut Sciffman dan Kanuk Keputusan pembelian ini adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih. Proses pengambilan keputusan yang rumit sering melibatkan beberapa keputusan diantara dua atau lebih alternatif tindakan. Keputusan selalu mensyaratkan pilihan diantara beberapa perilaku yang berbeda. [2]

Keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor tersebut merupakan pendorong yang mengharuskan setiap perusahaan untuk bisa mengadaptasi dan beradaptasi terhadap setiap perubahan agar dapat tetap eksis, sehingga perubahan yang terjadi tidak merupakan rintangan atau ancaman, tetapi dapat menjadi peluang untuk mengembangkan usaha dan memperoleh keuntungan yang besar.

Regresi linier berganda adalah salah satu metode analisis yang digunakan untuk mengetahui dan menjelaskan ada tidaknya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Dari penjelasan di atas maka disusunlah penelitian dengan judul “PENGARUH PERILAKU MAHASISWA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KANTIN INSTITUT TEKNOLOGI INDONESIA”

2.2 1.2 Rumusan Masalah

- 1) Apakah faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada kantin ITI ?
- 2) Faktor apakah yang paling mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian pada kantin ITI ?

2.3 1.3 Tujuan Penelitian

- 1) Untuk menganalisis apakah faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian pada kantin ITI.
- 2) Untuk mengetahui faktor apa yang paling memiliki pengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian pada kantin ITI.

2.4 1.4 Sistematika Penulisan

Agar penulisan ini menjadi lebih terarah, maka diuraikan bab-bab dalam suatu sistematika penulisan, yang berisikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, merumuskan permasalahan yang akan diteliti serta memberikan penjelasan mengenai tujuan penelitian yang dilakukan, pembatasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang landasan teori yang berkaitan dengan perilaku konsumen, teori kantin, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang diagram alir atau *flowchart* yang dijadikan sebagai tahap awal untuk memulai penelitian ini dengan metode yang digunakan.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pembahasan mengenai pengolahan data yang diperoleh kemudian dianalisa sehingga menjadi pembahasan pada penelitian ini.

BAB V KESIMPULAN

Menarik kesimpulan dari penelitian yang dilakukan kemudian memberikan saran.

