

# I. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia selain sandang dan papan. Manusia harus memenuhi kebutuhan ini untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Dengan demikian, makanan merupakan kebutuhan manusia yang tidak bisa ditunda-tunda dalam pemenuhannya. Adapun cara manusia untuk dapat memperoleh pemenuhan kebutuhannya akan makanan adalah mengolah makanan sendiri maupun dengan membeli makanan yang instan dan praktis.

Perkembangan zaman yang semakin modern menyebabkan perubahan yang cukup signifikan pada gaya hidup masyarakat. Perubahan ini juga terlihat pada pola konsumsi masyarakat yang serba cepat dan praktis. Hal ini terlihat dengan meningkatnya persentase pengeluaran untuk makanan jadi dan menurunnya persentase untuk bahan mentah. Berdasarkan kondisi seperti ini permintaan atas penyedia makanan siap saji meningkat, disamping itu faktor pertumbuhan penduduk juga sangat mendukung dalam permintaan makanan cepat saji (Sembiring, 2006).

Perubahan perilaku makanan masyarakat menimbulkan tuntutan pemenuhan kebutuhan pangan yang berkualitas, harga yang terjangkau dan praktis. Hal tersebut menjadi daya tarik bagi sebagian orang untuk membuka usaha makanan cepat saji, hal ini diharapkan mampu memberikan kontribusi besar terhadap masyarakat pada saat ini.

Industri makanan berkembang pesat di Indonesia. Hal ini dikarenakan meningkatnya daya beli dan pendapatan masyarakat. Kondisi perekonomian Indonesia yang membaik dan kemajuan ilmu dan teknologi, menyebabkan perubahan pola konsumsi dan cara makan masyarakat. Pendapatan yang tinggi akan mendorong pola konsumsi makanan yang berorientasi pada kesenangan. Selain itu, kesibukan masyarakat dengan pekerjaan yang banyak menyita waktu, serta jam kantor yang semakin mengikat menimbulkan kebiasaan baru, yaitu mengkonsumsi makanan cepat saji. Oleh sebab itu restoran cepat saji semakin berkembang di Kota Padang salah satunya d'BestO.

Perusahaan *fried chicken* d'BestO milik bapak Drh. H. Setyajid yang awalnya didirikan pada tahun 2010 yang berdiri di Lampung. Berawal dari pedagang kaki lima pada tahun 1994 dengan nama *Kentucku fried chicken* (KUFC), kemudian mengalami kemajuan yang pesat, sehingga pada tahun 2014 berdiri di Kota Padang yang memiliki enam cabang dengan satu orang supervisor di tempat-tempat strategis maupun di pusat Kota Padang seperti Pasar Baru, Parak Laweh, Anduriang, Jati, Gunung Pangilun, dan Siteba. Pada masing-masing cabang memiliki satu orang kepala toko. Hingga saat ini jumlah d'BestO diseluruh Indonesia mencapai 170 cabang.

Kendala yang terjadi pada usaha d'BestO saat ini adalah sudah banyaknya usaha makanan cepat saji di Kota Padang dengan harga yang terjangkau, dan juga sudah maraknya usaha ayam fried chicken mulai dari yang mewah sampai ke pedagang kakilima. Hal ini menyebabkan usaha d'BestO harus dapat bersaing dengan

usaha makanan cepat saji lainnya, maka dari itu d'BestO melakukan berbagai macam strategi pemasaran agar dapat bersaing, dengan adanya persaingan pihak manajemen harus memperhatikan indikator yang mempengaruhi dalam keputusan pembelian. Pada umumnya, konsumen memilih suatu produk yang dapat memenuhi kebutuhannya. Ketika keinginan konsumen terpenuhi maka volume penjualan akan meningkat (Kotler dan Keller, 2009).

Selain memahami proses keputusan pembelian konsumen, produsen d'BestO harus mengetahui karakteristik responden secara umum. Produsen harus dapat membuat produk yang memiliki keunggulan dan keunikan sehingga dapat membedakan produk nya dengan produk pesaingnya. Setelah memahami karakteristik konsumen dan proses keputusan konsumen dalam pembelian produk d'BestO, maka produsen harus memikirkan cara untuk membuat konsumen puas terhadap produk yang ditawarkan dan juga menemukan kekurangan yang harus diperbaiki supaya konsumen loyal dalam keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil uraian di atas penulis ingin melakukan penelitian yang berjudul **“Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Membeli Produk Olahan *Fried Chicken* d'BestO Kota Padang”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana karakteristik konsumen *fried chicken* d'BestO di Kota Padang.
2. Bagaimana keputusan pembelian konsumen *fried chicken* d'BestO di Kota Padang.

3. Bagaimana sikap konsumen dalam melakukan pembelian terhadap *fried chicken* d'BestO di Kota Padang.

### 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui karakteristik konsumen *fried chicken* d'BestO di kota Padang.
2. Untuk mengetahui keputusan pembelian konsumen *fried chicken* d'BestO di kota Padang.
3. Untuk mengetahui sikap konsumen dalam melakukan pembelian terhadap *fried chicken* d'BestO di Kota Padang.

### 1.4 Manfaat Penelitian

1. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai keputusan pembelian dalam membeli produk olahan *fried chicken* d'BestO kota Padang.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan dan referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan keputusan konsumen.

