

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi dan perdagangan bebas saat ini, Indonesia harus mempersiapkan diri menghadapi terjadinya perubahan besar pada berbagai aspek kehidupan, khususnya aspek ekonomi. Dengan terbukanya pasar global, maka para pengusaha dituntut untuk melakukan pembenahan kinerjanya dalam rangka memenuhi kualitas produk atau jasa yang dikehendaki oleh pasar (konsumen). Saat ini semakin banyak bisnis yang berkembang, terutama bisnis makanan cepat saji yang semakin diminati. Berkembangnya usaha makanan cepat saji ini di mungkin karena banyaknya calon pengusaha yang ingin membuat usaha sendiri (<http://www.makanan-cepat-saji.com>).

Dengan semakin pesatnya kemajuan teknologi, maka kehadiran makanan cepat saji semakin memanjakan manusia dalam memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Awal perkembangan makanan cepat saji tersebut, dimulai pada abad-19 saat Amerika Serikat memasuki era industri yang menyebabkan para pekerjanya hanya mempunyai jam istirahat yang pendek dan jam kerja yang panjang. Alasan itulah yang mendorong para pekerja lebih memilih makanan yang disajikan restoran cepat saji atau *fast food* karena kecepatan dalam penyajian dan pelayanannya disamping rasanya yang lezat. Dari alasan tersebut yang membuat restoran siap saji semakin banyak dan berkembang di Amerika Serikat. Pada abad-20, bisnis gerai *fast food* semakin menyebar hingga kawasan benua Eropa, Afrika, Australia,

dan Asia tidak terkecuali Indonesia yang membuka restoran cepat saji (<http://www.makanan-cepat-saji.com>).

Kota Payakumbuh merupakan salah satu wilayah yang berada di Provinsi Sumatera Barat yang memiliki perkembangan industri makanan yang baik terutama makanan cepat saji. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya pengusaha yang membuka usaha makanan cepat saji muncul dan berkembang di Kota Payakumbuh, salah satunya yaitu industri makanan cepat saji Abud's Kebab.

Abud's Kebab merupakan salah satu merek dagang yang bergerak di bidang makanan cepat saji. Produk andalan yang diproduksi adalah kebab. Kebab merupakan kuliner yang pada awalnya berasal dari negara-negara timur tengah. Kebab adalah perpaduan dari berbagai sayur dan daging yang sangat khas serta siraman saus sambal dan mayonaise yang kemudian digulung dalam roti gandum yang disebut tortilla dan akhirnya digoreng dengan mentega untuk menghasilkan kebab yang berkualitas. Usaha ini didirikan oleh Bapak Mario Guswandi pada tahun 2013 dan mengalami perkembangan setiap tahunnya. Bapak Mario Guswandi selaku CEO mengatakan bahwa membuka usaha kebab karena kesukaannya pada kebab, maka muncul ide untuk mendirikan usaha kebab di Kota Payakumbuh yaitu di Koto Nan IV Payakumbuh.

Berdasarkan survei pendahuluan (2018) ditemukan bahwa Abud's Kebab memiliki 16 outlet yaitu di Kota Payakumbuh, Padang, Padang Panjang, Bukittinggi, Kab.50 Kota, dan Pekanbaru. Abud's Kebab memiliki karyawan sebanyak 34 orang yang tersebar di seluruh outletnya. Produk yang ditawarkan oleh Abud's Kebab rata-rata sama dari semua outletnya dan juga bermacam

variasi menu. Kondisi pengunjung Abud's Kebab Koto Nan IV Payakumbuh selalu ramai pada sore dan malam hari. Abud's Kebab banyak dikunjungi konsumen karena lokasinya strategis terletak di kawasan jalan lintas Sumbar-Riau.

Berikut ini disajikan omset penjualan Abud's Kebab Koto Nan IV Payakumbuh tahun 2017:

Tabel 1.1
Omset penjualan Abud's Kebab Koto Nan IV Payakumbuh
Tahun 2017

NO	Bulan	Omset Penjualan
1	Januari	Rp 128.722.000
2	Februari	Rp 96.430.000
3	Maret	Rp 95.904.000
4	April	Rp 104.257.000
5	Mei	Rp 87.794.000
6	Juni	Rp 98.595.000
7	Juli	Rp 106.788.000
8	Agustus	Rp 110.670.000
9	September	Rp 105.008.000
10	Oktober	Rp 98.719.000
11	November	Rp 114.524.000
12	Desember	Rp 160.278.000
	Total	Rp 1.307.689.000

Sumber: Catatan Keuangan (2018)

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa tahun 2017 omset penjualan Abud's Kebab Koto Nan IV Payakumbuh mengalami naik turun (fluktuasi). Omset penjualan yang paling banyak meningkat terjadi pada bulan November - Desember yaitu dari 114.524.000 - 160.278.000. Hal ini disebabkan karena pada bulan tersebut dalam suasana libur sehingga konsumen cenderung mengkonsumsi kebab.

Dalam mendirikan dan menjalankan usaha Abud's Kebab tentu saja pemilik mengharapkan adanya pembelian kembali oleh konsumen, sehingga pengusaha

Abud's Kebab melakukan berbagai tindakan seperti meningkatkan produktivitas terhadap produk dan lain sebagainya. Menurut William & Auchil, (2002), niat pembelian kembali adalah penilaian individu tentang mengulangi pembelian lagi di perusahaan yang sama. Selain mengharapkan pembelian kembali oleh konsumen, kepuasan konsumen juga menjadi faktor penting dalam menjalankan usaha ini.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi berkembangnya usaha Abud's Kebab di Kota Payakumbuh. Menurut Qin & Panita (2016) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa faktor yang berhubungan signifikan terhadap niat pembelian kembali yaitu lingkungan sosial, nilai yang dirasakan, dan kepuasan konsumen. Faktor yang berhubungan signifikan terhadap kepuasan konsumen yaitu lingkungan sosial dan nilai yang dirasakan.

Bagi Abud's Kebab tantangan yang harus dilalui yaitu meningkatkan jumlah pelanggan, memenuhi tingkat kepuasan pelanggan, dan menarik pembelian kembali oleh pelanggan. Agar para pelanggan melakukan pembelian kembali maka para pedagang harus mengetahui bagaimana pelanggan bisa merasakan nilai yang diberikan dari kualitas produk, pelayanan karyawan, dan lingkungan yang akan mempengaruhi kepuasan pelanggan serta berkontribusi untuk melakukan pembelian kembali pada produk tersebut (Qin & Panita 2016).

Berdasarkan latar belakang di atas maka penelitian ini diberi judul **“Pengaruh Lingkungan Sosial, Nilai yang Dirasakan terhadap Kepuasan Konsumen dan Niat Pembelian Kembali pada Abud's Kebab Koto Nan IV Payakumbuh ”**.

1.2 Rumusan Masalah

Masalah penelitian yang dikembangkan disini yaitu mengenai niat pembelian kembali terhadap produk Abud's Kebab Koto Nan IV Payakumbuh. Untuk itu, peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh lingkungan sosial terhadap kepuasan konsumen pada Abud's Kebab Koto Nan IV Payakumbuh?
2. Bagaimana pengaruh nilai yang dirasakan terhadap kepuasan konsumen pada Abud's Kebab Koto Nan IV Payakumbuh ?
3. Bagaimana pengaruh lingkungan sosial terhadap niat pembelian kembali pada Abud's Kebab Koto Nan IV Payakumbuh ?
4. Bagaimana pengaruh nilai yang dirasakan terhadap niat pembelian kembali pada Abud's Kebab Koto Nan IV Payakumbuh ?
5. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen terhadap niat pembelian kembali pada Abud's Kebab Koto Nan IV Payakumbuh?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh lingkungan sosial terhadap kepuasan konsumen pada Abud's Kebab Koto Nan IV Payakumbuh
2. Menganalisis pengaruh nilai yang dirasakan terhadap kepuasan konsumen pada Abud's Kebab Koto Nan IV Payakumbuh
3. Menganalisis pengaruh lingkungan sosial terhadap niat pembelian kembali pada Abud's Kebab Koto Nan IV Payakumbuh

4. Menganalisis pengaruh nilai yang dirasakan terhadap niat pembelian kembali pada Abud's Kebab Koto Nan IV Payakumbuh
5. Menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap niat pembelian kembali pada Abud's Kebab Koto Nan IV Payakumbuh.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat membantu pengusaha Abud's Kebab dalam mengetahui sejauh mana tingkat intensitas pembelian kembali konsumen dan dapat membantu dalam memecahkan masalah yang berhubungan dengan konsumen.

2. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini sebagai sumbangan pemikiran atau bahan masukan untuk tambahan aplikatif dalam dunia bisnis kebab.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini akan dibahas pengaruh lingkungan sosial, nilai yang dirasakan terhadap kepuasan konsumen dan niat pembelian kembali pada Abud's Kebab Koto Nan IV Payakumbuh.