

I.PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Manusia memiliki kebutuhan hidup yaitu primer, sekunder dan tersier. Kebutuhan primer merupakan kebutuhan wajib yang harus terpenuhi, seperti pangan (makanan), sandang (pakaian) dan papan (tempat tinggal). Pangan merupakan salah satu kebutuhan primer manusia dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidupnya. Menurut Almatsier (2009), pangan merupakan salah satu kebutuhan pokok yang dibutuhkan tubuh setiap hari dalam jumlah tertentu sebagai sumber energi dan zat-zat gizi. Pangan memiliki jenis ragam yang banyak untuk dikonsumsi, baik yang mentah maupun olahan, banyaknya jenis makanan yang ada mencerminkan semakin berkembangnya manusia dan ilmu pengetahuan sehingga dapat menemukan atau menciptakan jenis makan baru untuk dikonsumsi. Salah satu makanan yang banyak dikonsumsi saat ini adalah daging ayam .

Daging ayam merupakan salah satu bahan makanan utama mayoritas masyarakat Indonesia. Menurut Priyatno (2003) konsumsi daging ayam meningkat paling pesat dibanding dengan daging sapi maupun kambing, Keputusan pembelian yang rumit dan mahal mungkin melibatkan lebih banyak pertimbangan pembeli. Pada prinsipnya untuk memahami perilaku konsumen dan mengenal pelanggan tidaklah sederhana yang kita pikirkan. Pelanggan menyatakan kebutuhan dan keinginan mereka, namun bertindak sebaliknya. Hal ini dikarenakan pelanggan mungkin tidak mengenal motivasi mereka lebih dalam (Kotler, 2000).

Produk olahan daging ayam sangat populer di tengah masyarakat adalah ayam olahan atau ayam goreng siap saji yang dibuat dari potongan daging ayam yang dilapisi tepung yang telah diberi bumbu sebelum dimasak. Tingginya minat

masyarakat terhadap ayam goreng siap saji sehingga banyak dijumpai outlet ayam siap saji baik restoran maupun kaki lima. Salah satu outlet yang menyajikan ayam goreng siap saji adalah Adapun Organik Fried Chicken atau disingkat dengan O'Chicken. O'Chicken menawarkan beberapa keistimewaan yaitu produk yang dihasilkan berasal dari ayam organik atau disebut juga dengan *ayam herbal* atau *ayam probiotik*. Ayam organik adalah ayam broiler yang ditenakkan dari menetas hingga panen yang diberi pakan khusus (jagung, dedak, tepung ikan, dan lain-lain) dan tambahan “jamu ternak”, jamu ternak ini berupa ramuan herbal sebagai probiotik alami pengganti antibiotik dan obat anti-stres kimia yang biasa digunakan dalam peternakan broiler biasa. Peternakannya milik sendiri dan dalam proses pengolahan menjadi fried chicken, daging ayam diolah tanpa menggunakan bumbu penyedap MSG atau vetsin.

Cabang O'Chicken memiliki lima cabang di daerah Padang adalah Gunung Pangilun, Lubuk Begalung, Lolong, Jati dan Mal Cristin Hakim. O'Chicken resmi membuka cabang ke empatnya di kota padang tanggal 7 juni 2015 yang berlokasi di Jalan Perintis Kemerdekaan No 38, Kelurahan Jati, Kecamatan Padang Timur, Kota Padang. Letak O'Chicken di Kelurahan Jati sangat strategis terletak di kawasan rumah sakit (RS Umum Pemerintah DR M. Djamil, RS Yos Sudarso), perkantoran (KPKNL Padang, Departemen Pendidikan Padang), sekolah (SD Pertiwi, SMP N 5 Padang) dan kampus (Fakultas Kedokteran Unad Fakultas Ekonomi Unand). Bersebelahan dengan D'besto dilihat dari segi harga D'besto lebih murah dari O'chicken, kelebihan O'chicken dari D'besto adalah O'chicken tanpa bahan pengawet dan berbahan dasar ayam organik dan tanpa bumbu penyedap MSG atau vetsin

Berbedanya produk organik yang ditawarkan/dijual O'Chicken harapannya bisa memenangkan pasar dalam ketatnya persaingan bisnis Fried Chicken dan menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam memutuskan pembelian. Namun sejak cabang pertama di Kota Padang berdiri, sampai saat ini, kondisi outlet O'Chicken cenderung sepi pengunjung, dengan kondisi tersebut O'Chicken harus mengevaluasi posisinya ditengah-tengah persaingan. Berdasarkan keterangan tersebut maka dapat diketahui perkembangan penjualan O'Chicken pada tahun 2014 sampai 2018 yaitu 7.300 potong tahun 2014 , 5110 potong tahun 2015, 4.967 potong tahun 2016, 5210 potong tahun 2017, dan 5.110 potong tahun 2018 dapat dijelaskan bahwa penjualan O'Chicken tiap tahunnya mengalami fluktuatif atau tidak stasbil, hal ini disebabkan karena semakin banyaknya pesaing dengan produk yang sama dengan cita rasa yang berbeda-beda dan harga produk masing-masing juga berbeda. Berdasarkan permasalahan diatas, penting dipahami perilaku konsumen, diantaranya mengetahui karakteristik konsumen, proses keputusan pembelian konsumen, dan perilaku pembelian konsumen terhadap O'Chicken.

O'Chicken harus mengetahui bagaiman karakteristik konsumen secara umum karena konsumsi tiap wilayah akan berbeda satu sama lain yang dipengaruhi oleh adanya perbedaan usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan jumlah pendapatan. Hal ini berguna bagi O'chicken dalam menetapkan segmentasi pasar yang cocok untuk diterapkan. Sehingga dapat diketahui sejauh mana terpenuhinya kepuasan konsumen terhadap masing- masing atribut yang ada. Ini diperlukan bagi O'Chicken dalam menyusun strategi pemasaran agar produk

yang ditawarkan dapat diterima oleh konsumen dan meningkatnya penjualan/ omset O'Chicken hingga keuntungan yang ditargetkan tercapai.

Persaingan yang semakin ketat, banyak usaha yang dapat dilakukan oleh perusahaan diantaranya mengetahui karakteristik konsumen, memahami perilaku konsumen dan mengetahui sikap konsumen. Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “ **Perilaku Konsumen dalam melakukan Pembelian Restoran Cepat Saji O'Chicken di Jati Padang Timur Kota Padang** “

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan yang harus terjawab dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik konsumen yang membeli *O'Chicken*
2. Bagaimana proses keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk di *O'Chicken*
3. Bagaimana sikap konsumen terhadap atribut-atribut O'Chicken

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana karakteristik perilaku konsumen O'Chicken
2. Untuk mengetahui proses keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk O'Chicken
3. Untuk mengetahui sikap konsumen terhadap atribut-atribut O'Chicken.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut

1. Akademis, sebagai menambah wawasan atau memberikan informasi mengenai konsumen dalam pembelian terhadap suatu objek yang dapat menjadi pengetahuan dan referensi bagi penelitian selanjutnya
2. Pengusaha, sebagai bahan informasi bagi peneliti tentang pentingnya perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen.
3. Pemerintah, sebagai memberikan informasi yang lebih tentang perilaku konsumen terhadap pembelian O'Chicken dan dapat membantu penelitian pihak lain yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini.

