

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Restoran merupakan salah satu usaha bisnis yang berkembang pesat. Peningkatan jumlah restoran menimbulkan persaingan restoran yang cukup ketat. Setiap restoran berlomba menawarkan produknya yang nyaris sama beserta fasilitas-fasilitas penunjang dengan harga yang saling bersaing. Restoran tidak hanya menyajikan makanan dan minuman saja namun juga harus dapat menampilkan suasana yang nyaman, tempat yang bersih dan sejuk dan juga pelayanan yang memuaskan karena restoran dapat menjadi fungsi tempat berkumpulnya keluarga, ajang reuni, perayaan ulangtahun bahkan pesta pernikahan. Restoran waralaba *fast food* atau disebut juga restoran cepat saji adalah contoh dari restoran yang berkembang pesat di Indonesia. Restoran-restoran makanan cepat saji seperti *Fried Chicken, Pizza, Steak, Dim Sum* dan sejenisnya kini banyak dijumpai di berbagai kota di Indonesia. Restoran seperti ini cenderung makin diminati oleh masyarakat karena cara penyajiannya yang cepat dan suasana serta dekorasi restoran yang nyaman dan santai.

Meningkatnya arus globalisasi mengakibatkan kebudayaan Indonesia banyak terpengaruh dari budaya barat, tidak terkecuali pengaruh terhadap pola konsumsi makan. Kecenderungan untuk mengkonsumsi makanan impor terutama jenis siap saji (*fast food*) meningkat tajam terutama dikalangan generasi muda dan kelompok masyarakat ekonomi menengah keatas di kota-kota besar. Menurut hasil penelitian *Health Education Authority* usia 15-34 tahun adalah konsumen

terbanyak yang memilih menu *fast food*. Kebiasaan mengonsumsi makanan *junk food* sudah menjadi sesuatu yang lumrah bagi kehidupan masyarakat di kota-kota besar. Mobilitas masyarakat yang semakin tinggi menyebabkan konsumen di era globalisasi lebih memilih makanan yang cepat, murah dan enak. Bagi sebagian masyarakat restoran cepat saji adalah jawaban dari permintaan masyarakat modern dan kekinian.

Restoran cepat saji pun kini marak di kunjungi konsumen terutama kalangan mahasiswa dan pekerja kantor yang relatif memiliki aktifitas padat di luar rumah, selain karna biasanya restoran cepat saji membuka gerai dekat dengan pusat kota, tempat yang nyaman dan juga berkelas menjadi nilai tambah tersendiri bagi konsumen untuk berkunjung. Walaupun di Indonesia belum ada data pasti, keadaan tersebut dapat dipakai sebagai cermin dalam tatanan masyarakat kita, bahwa rentang usia tersebut adalah golongan pelajar dan pekerja muda **(Erdiawati Arief, 2011)**. Salah satu restoran cepat saji terbesar di Indonesia adalah McDonald's. McDonald's memiliki 177 gerai yang tersebar hampir di seluruh Indonesia seperti Sumatera, Jawa, Bali, Nusa Tenggara, Kalimantan, dan Sulawesi **(Yanti Lawidjaja, 2017)**.

Ada banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusannya membeli makanan cepat saji pada McDonald's. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah pendekatan melalui perilaku konsumen yang dapat mendorong hasrat konsumen usia muda untuk membeli makanan cepat saji tersebut faktor-faktor diantaranya yaitu faktor perilaku, motivasi dan gaya hidup konsumen.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut **Schiffman dan Kanuk (2007)** Bahwa motivasi konsumen adalah kekuatan dorongan dari dalam diri individu yang memaksa mereka untuk melakukan tindakan dimana kekuatan dorongan tersebut dihasilkan dari suatu tekanan yang diakibatkan oleh belum atau tidak terpenuhinya kebutuhan, keinginan dan permintaan. Kemudian bersama-sama dengan proses kognitif (berfikir) dan pengetahuan yang sebelumnya didapat, maka dorongan akan menimbulkan perilaku untuk mencapai tujuan atau pemenuhan kebutuhan. Artinya bahwa motivasi pembelian adalah pertimbangan – pertimbangan dan pengaruh yang mendorong orang untuk melakukan keputusan pembelian. Disamping motivasi yang mendasari seseorang untuk melakukan keputusan pembelian maka akan dipengaruhi juga oleh persepsinya terhadap apa yang diinginkan. Konsumen akan menampakkan perilakunya setelah melakukan persepsi terhadap keputusan apa yang akan diambil dalam membeli suatu produk.

Menurut **Schiffman dan Kanuk (2007)** persepsi adalah suatu proses seorang individu dalam menyeleksi, mengorganisasikan, dan menterjemahkan stimulus-stimulus informasi yang datang menjadi suatu gambaran yang mempunyai pengaruh kuat bagi konsumen untuk menentukan keputusan pembelian. Sedangkan **Kotler dan Armstrong (2008)** menyebutkan bahwa persepsi adalah proses dimana orang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran dunia yang berarti.

Tabel1.1 Data Pengunjung McDonald's 2017

No	Bulan	Jumlah Pengunjung McDonald's Pekanbaru
1	Januari	10.400
2	Febuai	9.500
3	Maret	10.400
4	April	10.500
5	Mei	10.700
6	Juni	11.400
7	Juli	10.400
8	Agustus	10.100
9	September	10.500
10	Oktober	10.100
11	November	9.600
12	Desember	11.300

Sumber: www.McDonald's.co.id, 2017

Dari tabel 1 dapat dilihat bahwa pengunjung McDonald's Sudirman Pekanbaru mengalami kenaikan yang sangat drastis. Setiap harinya terutama menuju dan saat hari libur Di McDonald's Sudirman Pekanbaru Jumlah pengunjung yang membeli di waktu hari biasa (*weekday*) berkisar 200 pembeli dan untuk akhir pekan (*weekend*) berkisar antara 500 sampai 700 pembeli. Untuk akhir pekan jam padat pembeli di Restoran McDonald's Sudirman Pekanbaru pada waktu siang hari antara jam 12 (dua belas) siang sampai jam 2 (dua) siang, dan pada waktu malam hari antara jam 7 (tujuh) malam sampai jam 9 (Sembilan) malam. Dalam penelitian ini pengambilan sampel difokuskan pada jam padat pembeli. Kenaikan jumlah pengunjung di gerai McDonald's Sudirman Pekanbaru setiap bulan dan tahunnya semakin membludak. Antusiasme masyarakat terhadap gerai makanan cepat saji yang dapat menyedot ratusan konsumen setiap harinya ini, maka dari itu penulis sangat tertarik terhadap apa sebenarnya yang menjadi dorongan konsumen dalam mengonsumsi *junk food* terutama pada konsumen

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saifuddin Kasim Riau



muda. Dalam hal ini peneliti memilih mahasiswa teknik industri Uin suska riau sebagai perwakilan dari konsumen usia muda Dan penulis melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI, MOTIVASI DAN GAYA HIDUP KONSUMEN USIA MUDA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN CEPAT SAJI DI MCDONALD’S ONALDS SUDIRMAN PEKANBARU”** (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Suska Riau Fakultas Sains Dan Teknologi Jurusan Teknik Industri S1)

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang di atas, permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah persepsi konsumen usia muda berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam membeli makanan cepat saji di McDonald’s Sudirman Pekanbaru?
2. Apakah motivasi konsumen usia muda berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam membeli makanan cepat saji di McDonald’s Sudirman Pekanbaru?
3. Apakah gaya hidup konsumen usia muda berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam membeli makanan cepat saji di McDonald’s Sudirman Pekanbaru?
4. Apakah persepsi, motivasi dan budaya hidup konsumen usia muda berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian makanan cepat saji di McDonald’s Sudirman Pekanbaru?

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.3 Tujuan penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi secara parsial terhadap keputusan konsumen usia muda dalam membeli makanan cepat saji McDonald'sonalds Sudirman Pekanbaru Riau.
2. Untuk mengetahui pengaruh motivasi secara parsial terhadap keputusan konsumen usia muda dalam membeli makanan cepat saji McDonald'sonalds Sudirman Pekanbaru Riau.
3. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup secara parsial terhadap keputusan konsumen usia muda dalam membeli makanan cepat saji McDonald'sonalds Sudirman Pekanbaru Riau.
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi,motivasi dan gaya hidup secara parsial terhadap keputusan konsumen usia muda dalam membeli makanan cepat saji McDonald'sonalds Sudirman Pekanbaru Riau.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Penelitian ini sebagai suatu pengetahuan dan pengalaman serta sekaligus pengaplikasian pengetahuan yang diperoleh selama kuliah melalui pengkajian dalam karya ilmiah.

2. Bagi McDonald's

Semoga dapat menjadi informasi yang bermanfaat guna kebaikan dan kemajuan McDonald's kini dan dimasa yang akan datang.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Bagi Universitas

Sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dibidang manajemen pemasaran dan dapat digunakan untuk menambah wawasan dan pengetahuan mahasiswa lainnya.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini dimaksudkan agar mempermudah dalam memahami uraian bab-bab yang di uraikan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi mengenai landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab in mengenai variabel penelitian dan definisi operasional penelitian, penentuan sampel penelitian, jenis dan sumber data penelitian dan metode pengumpulan data, metode analisis, dan tahapan pelaksanaan kegiatan penelitian

BAB IV : GAMBARAN PERUSAHAAN

Dalam bab ini akan membahas tentang gambaran umum perusahaan yang terdiri dari sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi dan aktivitas perusahaan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

: PEMBAHASAN

Sedangkan bab V akan membahas tentang hasil penelitian yang dilakukan

BAB VI

:KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran.

