

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia mengalami perkembangan yang begitu pesat baik dipasar domestik maupun internasional. Hal ini dibuktikan dengan beragamnya jenis usaha yang menghasilkan produk atau jasa di Indonesia. Usaha dibidang makanan dan minuman dinilai sebagai usaha yang prospektif dan tidak membutuhkan waktu yang lama. Seiring dengan berkembangnya jenis makanan atau kuliner, bisnis rumah makan atau restoran juga meningkat pesat. Usaha dibidang restoran pun semakin marak, yang mengutamakan pada penyajian tempat yang nyaman untuk bersantai, beristirahat, dan berbincang-bincang sambil menikmati hidangan-hidangan yang disajikan.

Potensi usaha dibidang restoran saat ini menjadi trend bisnis di beberapa kota besar dan berkembang. Peluang usaha ini masih terus terbuka lebar bagi yang ingin bergelut dibisnis ini. Hal ini jelas sekali terlihat dari maraknya pembangunan restoran dengan berbagai konsep dan jenis yang berbeda-beda. Setiap restoran memiliki keunikan dan kekhasan tersendiri yang menjadi kekuatan atau nilai lebih pada sebuah restoran. Dari pesatnya perkembangan usaha restoran ini, menyebabkan sebuah persaingan yang ketat dan adu kreatif dari masing-masing restoran. Semuanya bersaing sedemikian rupa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

guna menarik perhatian pelanggan dan berupaya untuk menguasai target pasar yang ada.

Perkembangan bisnis dipekanbaru yang juga menjadi kota metropolitan dan semakin majunya peradaban dan kehidupan menimbulkan kesibukan yang padat dan mobilitas yang tinggi, yang membuat masyarakat perkotaan membutuhkan suatu tempat untuk melepaskan kepenatan setelah melakukan rutinitas sehari-hari. Aktivitas yang dilakukan untuk melepaskan kepenatan itu biasanya dengan bersantai makan, minum ataupun sekedar berkumpul dan berbincang-bincang dengan kerabat atau teman-teman komunitasnya. Menangkap peluang ini dan pergeseran gaya hidup masyarakat yang menjadikan kegiatan tersebut sebagai bagian dari kebutuhan hidup, membuat pelaku bisnis melakukan usaha *food services* seperti restoran. Restoran saat ini tidak hanya tempat untuk bersantai melepas lelah, dan tempat bersosialisasi, melainkan juga dijadikan tempat sarana untuk suasana yang lebih serius seperti bertemu dengan rekan bisnis ataupun tempat melakukan tugas-tugas kuliah bagi mahasiswa dan pelajar.

Dimasa sekarang ini minuman yang dinamakan kopi sepertinya sudah menjadi minuman rakyat kebanyakan. Dari anak sekolah hingga presiden semuanya gemar menyantap minuman yang satu ini. Sepertinya menu kopi makin menggugah selera makan orang-orang , lebih-lebih dengan variasi kopi dan makanan yang disediakan. Jika menyebut kopi, maka yang terbesit pertama kali dibenak kita adalah Kim Teng. Tidak dapat di bantah lagi jika

Hak Cipta Dilindungi 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.

rumah makan cepat saji ini telah lama mendapat ruang di hati konsumen setianya di Indonesia.

KimTeng adalah Café and Resto yang ada di mall SKA Pekanbaru. Disini Kimteng menyediakan berbagai macam varian rasa makanan dan minuman. Kimteng terkenal dengan minuman kopi nya yang enak dan banyak diminati oleh konsumen. Kimteng sudah punya beberapa cabang dipekanbaru seperti: mall SKA, mall Ciputra, Rumah sakit Awal Bros dan Bandara Sultan Syarif Kasim.

Di dalam bisnis makanan ini ditekankan untuk memusatkan perhatian terhadap kepuasan konsumen. Konsumen dapat diidentifikasi sebagai orang-orang yang mempunyai kebutuhan dan keinginan atas produk dan mempunyai kemampuan untuk membayar dengan harga yang telah ditetapkan oleh KimTeng. Kebutuhan dasar tersebut dipakai sebagai dasar mengetahui sampai berapa jauh kelebihan atau kualitas yang dapat diberikan perusahaan sehingga konsumen mau menjadi pelanggan.

Fenomena yang terjadi saat ini dilihat dari segi perilaku konsumen yang berbeda-beda setiap harinya. Mulai dari persepsi akan cita rasa, sesuatu yang mendorong untuk berubah, kepuasan yang dirasakan sesuai dengan keinginan diri, gaya hidup yang makin kekinian, dan tidak memandang usia lagi, semua orang mengalami perilaku konsumen yang berubah-ubah. Tugas pemasar adalah membaca atau memahami perilaku konsumen pada saat ini.

Hak Cipta Dilindungi 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.

Seseorang memiliki banyak kebutuhan pada waktu tertentu. Beberapa kebutuhan bersifat biogenis, yaitu muncul dari tekanan biologis. Dan juga kebutuhan psikogenis yang muncul dari tekanan psikologis seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan atau rasa memiliki.

Persepsi adalah proses bagaimana seseorang individu memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan masukan- masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Persepsi tidak hanya bergantung pada fisik, tetapi juga bergantung pada lingkungan sekitar keadaan individu yang bersangkutan. Saat orang bertindak, maka mereka itu belajar. Hal tersebut bisa dikatakan proses pembelajaran. Pembelajaran meliputi perubahan perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. Sebagian besar perilaku manusia adalah hasil belajar. Ahli teori pembelajaran yakin bahwa pembelajaran dihasilkan melalui perpaduan kerja dorongan, rangsangan petunjuk, tanggapan dan penguatan.

Motif yang mempengaruhi seseorang membeli produk secara rutin disebut motif pelanggan. Motif pelanggan yang berubah-ubah mengharuskan pihak manajemen untuk melakukan strategi pemasaran baru. Kegiatan iklan yang efektif juga berpengaruh besar bagi keputusan pembelian dari segi psikologis, dengan mengadakan kegiatan iklan maka kualitas suatu produk dari suatu perusahaan dapat dikenal luas sehingga dapat dipersepsikan oleh konsumen. Iklan dapat memberikan informasi dan menambah pengetahuan, membujuk, serta mengingatkan konsumen tentang produknya. Perilaku konsumen yang dihasilkan dari konsekuensi pengetahuan yang minim atau kurang

Hak Cipta Dilindungi 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.

memuaskan cenderung tidak akan melakukan bahkan mengulangi pembelian. Jika pelayanan yang diberikan oleh Kim Teng mencuri perhatian konsumen karena konsumen tidak harus lama menunggu, sigap dan tanggap serta keramahan yang diberikan pelayan itu akan menjadi sebuah alat untuk membuat persepsi di benak pikiran konsumen, sehingga membuat konsumen menjadi pembeli dan pembeli ulang.

Masing-masing orang memiliki karakteristik kepribadian yang berbeda yang mempengaruhi perilaku pembelinya. Kepribadian adalah ciri bawaan psikologis manusia yang khas yang menghasilkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap ransangan lingkungannya.

Orang- orang yang berasal dari sub – budaya, kelas sosial dan pekerjaan yang sama dapat memiliki gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang didunia yang terungkap pada aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang berinteraksi dengan lingkungannya.

Dari segi pribadi konsumen pada zaman sekarang ini perubahan gaya hidup, kebiasaan, selera dan tata cara dalam menikmati dan mengonsumsi makanan pada masyarakat perkotaan membuat maraknya restoran bermunculan dari perkotaan sampai sudut kota. Dalam upaya mendatangkan pelanggan dan mempertahankan pelanggan yaitu dengan menumbuhkan minat beli dan kemudian melakukan keputusan untuk membeli bukanlah hal yang mudah. Banyak faktor yang mempengaruhi hal tersebut. Keputusan

Hak Cipta Dilindungi 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.

pembelian dapat berasal dari faktor internal atau dalam diri konsumen ataupun faktor eksternal yaitu ransangan dari luar yang dilakukan oleh pelaku usaha. Dalam hal ini pelaku usaha harus mampu mengidentifikasi perilaku konsumen, mempelajarinya, dan menyimpulkan daya tarik usahanya dalam hubungannya dalam melakukan suatu keputusan pembelian.

Keputusan pembelian adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli yang dilalui konsumen (**Philip Kotler, 2008:116**). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ada 4 yakni faktor budaya, sosial, psikologi dan pribadi.

Faktor psikologis mempengaruhi dalam menganalisa perilaku konsumen. Faktor psikologis merupakan salah satu faktor yang timbul dari dalam diri konsumen yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian. Seseorang memiliki banyak kebutuhan pada waktu tertentu. Beberapa kebutuhan bersifat biogenis, kebutuhan tersebut muncul dari tekanan biologis seperti lapar, haus, tidak nyaman. Faktor psikologis konsumen dalam mengambil keputusan pembelian terdiri dari motivasi, persepsi, pengetahuan serta sikap dan keyakinan dalam kaitannya dengan pembelian suatu produk. Dari pernyataan diatas diharapkan produsen harus semakin jeli melihat kebutuhan konsumen dan dapat menangkap peluang pasar. Faktor psikologis menentukan bagaimana individu menerima dan berinteraksi dengan lingkungannya dan pengaruh pada keputusan yang diambil konsumen, semakin tinggi faktor

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

psikologis yang diambil oleh konsumen maka semakin tinggi pula keputusan pembelian.

Faktor pribadi yang terdiri dari karakteristik pribadi, seperti usia, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup serta kepribadian. Orang membeli barang dan jasa sepanjang hidupnya. Mereka makan makanan bayi pada tahun-tahun awal hidupnya, banyak ragam makanan dalam tahun-tahun pertumbuhan dan dewasa. Selera orang pada pakaian, makanan, perabot juga rekreasi berhubungan dengan usia. Konsumsi juga dibentuk oleh siklus hidup keluarga, serta situasi keuangan yang berbeda memunculkan kebutuhan yang berbeda. Pekerjaan seseorang juga mempengaruhi pola konsumsinya. Pekerja kasar tidak membutuhkan banyak kebutuhan. Berbeda dengan karyawan kantor yang memerlukan banyak kebutuhan. Masing-masing orang memiliki karakteristik kepribadian yang berbeda yang mempengaruhi perilaku pembeliannya. Kepribadian adalah ciri bawaan psikologis manusia yang khas yang menghasilkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap rangsangan lingkungannya. Orang-orang berasal dari sub-budaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama dapat memiliki gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang didunia yang terungkap pada aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya.

Konsumen merupakan sosok individu atau kelompok yang mempunyai peran penting bagi operasional perusahaan. Perilaku konsumen membantu para pemasar untuk merancang bauran pemasaran, menetapkan segmentasi,

Hak Cipta Dilindungi 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.

merumuskan *positioning* dan pembedaan produk, memformulasikan analisis lingkungan bisnisnya, dan mengembangkan riset pemasarannya.

Tabel 1.1 Data Konsumen Kimteng SKA Pekanbaru Tahun 2013-2016.

No	Tahun	Jumlah Pengunjung	Persentase %
1	2013	62.145	24,7%
2	2014	61.010	24,2%
3	2015	63.880	25,4%
4	2016	64.320	25,5%
	Total Pengunjung	251.355	99,8%

Sumber : *Kimteng SKA Pekanbaru, 2013-2016*

Berdasarkan data diatas, bahwa jumlah pengunjung di Kimteng SKA mengalami fluktuasi. Pada tahun 2014 mengalami penurunan terendah, yaitu 61.010 pengunjung dengan persentasi 24,2%, namun pada tahun 2015 terjadi peningkatan terbanyak sebanyak 63.880 pengunjung, dan tahun 2016 terjadi lagi peningkatan sebanyak 25,5% dari 63.880 orang menjadi 64.320 orang. Secara signifikan jumlah pengunjung dari tahun ke tahun di Kimteng SKA Pekanbaru selalu mengalami kenaikan. Daftar harga menu yang ditawarkan Kimteng SKA mulai dari harga puluhan ribu yang harga tersebut termasuk harga untuk kalangan ekonomi menengah kebawah.

Berdasarkan fenomena diatas, maka penulis tertarik untuk memilih judul **“Pengaruh Faktor Psikologis Dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di KimTeng SKA Pekanbaru”**

Hak Cipta Dilindungi 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.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka penulis mencoba mengidentifikasi masalah yang akan dikaji dan dianalisa :

1. Apakah faktor psikologis dan faktor pribadi berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian di KimTeng SKA Pekanbaru ?
2. Apakah faktor yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian di KimTeng SKA Pekanbaru ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor psikologis dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian konsumen di kimteng SKA Pekanbaru baik secara parsial maupun simultan.
2. Untuk mengetahui apakah faktor yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian di KimTeng SKA Pekanbaru.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis, yaitu :

1. Perusahaan yang diteliti

Hasil Dari laporan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan masukan dan sasaran yang bermanfaat, sebagai bahan pertimbangan

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.

dalam pelaksanaan proses pengambilan keputusan yang menyangkut pengaruh faktor psikologis, faktor pribadi dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian di KimTeng SKA Pekanbaru.

2. Penulis

Hasil dari laporan ini akan memberikan suatu tambahan informasi, sehingga dapat menambah ilmu pengetahuan dan memperluas wawancara tentang perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan, terutama mengenai ilmu manajemen pemasaran dalam hal pengaruh faktor psikologis dan pribadi terhadap keputusan pembelian di KimTeng SKA Pekanbaru.

3. Peneliti Selanjutnya

Hasil laporan penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memberikan suatu manfaat tambahan wacana informasi dan pengetahuan bagi mahasiswa dan pihak lain.

1.5 Sistematika Penulisan

Sebagai gambaran umum dari sistematika penulisan ini, berikut ini penulis akan menjelaskan dengan singkat bab demi bab yang diuraikan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan bab pertama dalam penulisan yang terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

Hak Cipta Dilindungi 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 II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan dibahas mengenai pengertian pengertian perilaku konsumen, faktor pribadi ,dan persepsi, keputusan pembelian , serta hipotesis dan variabel penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang lokasi penelitian, sumber dan jenis data, teknik pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini, penulis akan menjelaskan kondisi secara umum lokasi penelitian yang meliputi: sejarah singkat perusahaan, lokasi penelitian, struktur organisasi dan aktivitas perusahaan.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan menyajikan hasil penelitian yang terdiri dari data jumlah pengunjung , dan pengaruh faktor psikologis dan pribadi terhadap keputusan pembelian Kim Teng SKA Pekanbaru.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini merupakan bab penutup yang mengambil beberapa kesimpulan dan mencoba memberikan saran-saran sebagai sumbangan dari pemecahan masalah