

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 I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan ilmu dan teknologi yang semakin pesat, tidak hanya berakibat pada sektor pendidikan, sektor ekonomi dan budaya juga ikut terpengaruh. Perubahan kebudayaan juga tidak dapat dihindari, salah satu perubahan budaya yang terjadi adalah makanan siap saji yang sebelumnya di Indonesia belum ada, akan tetapi seiring dengan perkembangan jaman makanan siap saji banyak dijual di Indonesia.

Fenomena yang berkembang dalam masyarakat dunia ketiga termasuk Indonesia yaitu adanya kecenderungan terjadinya perubahan gaya hidup (*life style*), akibat dari ekspansi industri pangan yang dimanifestasikan kedalam bentuk restoran siap saji. Generasi muda lebih suka makan dan menghabiskan waktu ke mall, ke cafe dan tentunya dengan makanan-makanan ala barat atau restoran siap saji, McD, Pizza Hut dan lain sebagainya. Kondisi ini dimungkinkan karena sistem penjualan yang modern mampu mempengaruhi penduduk Indonesia untuk mengkonsumsinya, tidak terkecuali makanan dari Negara Italia, yaitu Pizza. Makanan jenis ini banyak digemari masyarakat Indonesia dari segala umur dan kalangan.

Persaingan antara perusahaan penghasil produk makanan cepat saji saat ini sangat kompetitif. Dimana perusahaan tidak mampu lagi memaksa konsumen untuk selalu membeli produk mereka perusahaan akan kesulitan mengelola. Selain itu teknologi informasi yang semakin berkembang, serta bermunculannya banyak merek suatu produk dipasar membuat konsumen semakin kritis dan teliti dalam membeli suatu produk. Untuk mempertahankan pangsa pasar, perusahaan terlebih dahulu harus mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen. Perusahaan juga harus mengembangkan suatu pemahaman mengenai bagaimana sebenarnya konsumen dalam membuat keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Apakah mereka akan melakukan pembelian ulang atau hanya berhenti saat pembelian pertama. Menurut **Kotler dan Armstrong (2011:149)** menyatakan bahwa, *“Purchase decision is the buyer’s decision about which brand to purchase”* yang artinya bahwa keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. Konsumen sebagai pelaku utama dalam proses pembelian selalu menjadi perhatian produsen.

Hal yang harus diperhatikan dalam menarik minat beli konsumen sehingga konsumen memutuskan untuk membeli yakni penjual harus sanggup menjual kesan yang baik serta lokasi yang nyaman sebelum menjual barangnya, kesan yang dapat membentuk citra terhadap tokonya. Dengan demikian lokasi, *Store Atmosphere* serta didukung dengan harga yang tepat dapat menjadi sarana

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.

komunikasi yang positif, menguntungkan dan memperbesar peluang untuk mempengaruhi keputusan pembelian.

Pizza Hut adalah salah satu dari sekian banyak restoran yang ada di Pekanbaru. Pizza Hut adalah sebuah *chain restaurant* (restoran berantai) dan waralaba (*franchise*) makanan internasional yang berpusat di Addison, Texas, USA. Pizza Hut menawarkan pizza dalam berbagai jenis beserta berbagai makanan lain yaitu pasta, iga sapi, *bread stick* dan *garlic bread*. Oleh sebab itu Pizza Hut memiliki banyak konsumen, ini terlihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel. 1.1 : Data Target dan Jumlah Pengunjung Pizza Hut Pekanbaru Tahun 2012 - 2016**

No	Tahun	Target Pengunjung (Orang)	Jumlah Pengunjung (Orang)	Pencapaian Target (%)
1	2012	55.450	57.882	104.27
2	2013	58.700	58.944	100.41
3	2014	60.100	47.900	79.70
4	2015	61.635	62.817	101.91
5	2016	62.255	59.633	95.78
<b>Jumlah Seluruh Pengunjung (Orang)</b>			<b>287.116</b>	<b>96.41%</b>

Sumber : pizza Hut Pekanbaru, tahun 2017

Dari data tabel di atas terlihat bahwa jumlah seluruh pengunjung pizza hut dari tahun 2012 – 2016 adalah sebesar 287.116 pengunjung yaitu 96.41% dan bersifat fluktuatif. Pada tahun 2012 jumlah pengunjung sebanyak 57.882 melampaui target dengan rata-rata pencapaian yaitu 204.27%. Pada tahun 2013

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.

terjadi peningkatan sebanyak 58.944 pengunjung melampaui target dengan rata-rata pencapaian dengan persentase 100.41%. Pada tahun 2014 mengalami penurunan pengunjung sebanyak 47.900 dan tidak mencapai target dengan rata-rata pencapaian 79.70%. Pada tahun 2015 terjadi lagi peningkatan 62.817 pengunjung dengan rata-rata pencapaian 101.91%. Sedangkan pada tahun 2016 juga mengalami penurunan pengunjung sebesar 59.633 dengan persentase 95.78%. Penurunan terjadi disebabkan karena mulai tumbuh dan berkembangnya pembisnis atau usaha yang ada di Pekanbaru dan ada faktor lain yang tidak kalah penting yang menyebabkan menurunnya jumlah konsumen yaitu dari pendapatan penduduk yang semakin melemah serta daya jual yang semakin tinggi.

Berdasarkan uraian dan permasalahan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Pengaruh Lokasi, *Store Atmosphere* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Pizza Hut Pekanbaru”**.

#### **A. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di muka, adapun rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Pizza Hut 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.

2. Apakah *Store Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Pizza Hut Pekanbaru ?
3. Apakah Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Pizza Hut Pekanbaru ?
4. Apakah lokasi, *Store Atmosphere* dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Pizza Hut Pekanbaru ?

### B. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan uraian pada latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Pizza Hut Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui apakah *Store Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Pizza Hut Pekanbaru.
3. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Pizza Hut Pekanbaru.
4. Untuk mengetahui apakah lokasi, *Store Atmosphere* dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Pizza Hut Pekanbaru.

### C. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini sangat membantu untuk menambah pengetahuan dan pengalaman, selain memperdalam ilmu yang telah diperoleh dibangku kuliah.

#### 2. Bagi Perusahaan

Menambah masukan bagi perusahaan yang terkait dengan bidang Pemasaran khususnya masalah penentuan lokasi, *Store Athmosphere* dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen.

#### 3. Bagi Akademisi

Sebagai bahan referensi untuk peneliti berikutnya mengenai masalah penentuan lokasi, *Store Athmosphere* dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen.

### D. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan Proposal Penelitian ini, untuk mempermudah penguraian isinya diperlukan sistematika penulisan. Penulisan proposal penelitian ini dibagi beberapa bab. Masing-masing bab membahas permasalahan untuk memperoleh gambaran yang jelas dari seluruh proposal penelitian. Adapun pembagian masing-masing bab secara terperinci adalah sebagai berikut :

**Bab I Pendahuluan**, menguraikan tentang latar belakang, masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

**Bab II Tinjauan Pustaka**, terdiri dari landasan teori yang menguraikan teori-teori yang digunakan sebagai tinjauan/landasan dalam menganalisis batasan masalah yang telah dikemukakan kemudian kerangka pikir dan hipotesis.



**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 III Metode Penelitian,** menguraikan tentang waktu dan wilayah penelitian, metode penelitian, variabel-variabel, operasional variabel, populasi sampel, data dan sumber data serta teknik analisis data.

**Bab IV Gambaran Umum Objek Penelitian,** menguraikan tentang gambaran perusahaan yang menjadi objek penelitian, dijelaskan pula sejarah singkat perusahaan, visi dan misi serta struktur organisasi perusahaan.

**Bab V Analisis Dan Pembahasan,** membahas analisis dalam penelitian serta berisi jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang disebutkan dalam perumusan masalah.

**Bab VI Penutup,** merupakan penutup dari penulisan yang terdiri dari kesimpulan atau hasil analisis dan saran yang dianggap berguna.

**DAFTAR PUSTAKA**