**BAB I**

**PENDAHULUAN**

**1.1 Latar Belakang**

 Dalam menjalankan sebuah bisnis, para pembisnis dituntut untuk memahami konsep konsep dasar dalam ilmu pemasaran dan perilaku konsumen yaitu kebutuhan,keinginan,dan permintaan. Ketepatan pemahaman atas konsep konsep dasar ini akan memudahkan produsen menyiapkan konsep pemasaran yang tepat untuk menghadapi perilaku konsumen yang selalu berubah dari waktu ke waktu dalam melakukan dalam proses keputusan pembelian. salah satu usaha yang meningkatkan ekonomi di indonesia adalah dengan melakukan bisnis atau berwirausaha. Wirausaha adalah mereka yang menciptakan kerja bagi orang lain dengan berswadaya,semangat,perilaku,dan kemampuan untuk memberikan tanggapan yang positif terhadap peluang memperoleh keuntungan untuk diri sendiri atau pelayanan yang lebih baik pada pelanggan atau masyarakat dengan selalu berusaha mencari dan melayani langganan dengan lebih baik,serta menciptakan dan menyedakan produk lebih bermanfaatn dan menetapkan cara kerja yang lebih efisien, melalui kebenarian mengambil resiko,kreativitas,dan inovasi serta kemampuan manajemen.

 Masyarakat Indonesia ini adalah masyarakat yang memiliki pemikiran untuk berkembang dalam berbagai jenis usaha. Banyaknya siaran tentang perkembangan ekonomi nasional maupun dunia telah memberikan pengalaman-pengalaman yang berharga bagi masyarakat ini. Dalam bidang perekonomian ini, jelas masyarakat selalu update terhadap info-info yang muncul dipasaran. Bagi masyarakat yang memiliki modal besar dan berkeinginan memiliki usaha mandiri atau lebih dikenal dengan sebutan wirausahawan muda, mulai bergerak untuk menentukan konsep apa yang cocok dengan dunia niaga saat ini. Sangat jelas bahwa pemiliki modal berusaha untuk menanamkan modalnya agar dapat berkembang dan mendapatkan keuntungan yang besar pula. Salah satu bisnis yang sangat popular saat ini adalah bisnis kuliner yang masih jarang ditemukan di daerah tersebut. Jenis kuliner yang khas akan banyak dikunjungi oleh masyarakat dan menjadi viral. Sehingga keuntungan yang telah dicita citakan akan segera didapatkan oleh pengelola kuliner tersebut (Aisyah & Hiola, 2016).

 Masyarakat yang bergerak dibidang kuliner tidak jarang mempelajari terlebih dahulu konsep-konsep bisnis terbaru yang tidak banyak pengeluaran, namun penghasilan yang besar dan menjanjikan. Konsep yang terdiri dari ruangan tempat kunjungan untuk kuliner yang nyaman dengan fasilitas yang disediakan dan beragam jenis menu yang ditawarkan akan menambah keinginan masyarakat untuk berkunjung. Konsep rumah makan yang sederhana, namun unik malah terkadang menjadi primadona bagi masyarakat lokal (Limarno, 2019). Apalagi dengan harga-harga yang terjangkau adalah salah satu yang menjadikan pengunjung selalu merekomendasikan tempat makan ini. Konsep yang diusung sangat sederhana, namun modern akan memberikan pemikiran bahwa tempat kuliner tersebut bukan hanya untuk kalangan menengah ke atas, namun jug kalangan menengah ke bawah. Umumnya daerah yang dipilih oleh pemilik tempat makanan ini berada di pusat kota, dekat dengan Sekolah dan Kampus yang dapat membuat pembeli mudah untuk menemukan kuliner yang ditawarkan tersebut (R, 2016).

 Pada zaman modern ini, usaha yang paling banyak diminati adalah usaha kuliner, ditandai dengan banyaknya pembisnis yang terjun didunia kuliner. Pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat menyebabkan kebutuhan yang meningkat pula terutama akan kebutuhan pangan. Semakin berkembangnya masyarakat modern seringkali dikaitkan dengan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi dan aktivitas kerja yang sibuk dan mengakibatkan waktu diluar rumah. Hal ini menyebabkan kebanyakan orang tidak mempunyai waktu untuk dapat mengolah makanannya sendiri sehingga mereka cenderung lebih memilih untuk mencari makanan cepat saji karena diangap lebih simpel. Selain iu untuk memenuhi kebutuhannya mereka juga bisa mencari tempat makanan yang memiliki suasana yang tenang dan nyaman, cita rasa yang berbeda atau bahkan tempat berekreasi Sejak dahulu makanan menempati urutan teratas dalam pemenuhan kebutuhan manusia, sehingga masalah pangan dikategorikan ke dalam kebutuhan primer atau kebutuhan pokok. Dengan alasan itu, manusia tidak dapat melepaskan kebutuhannya untuk makan karena hanya dengan makan manusia dapat melangsungkan hidupnya. Dalam menikmati hidangan atau makanan, setiap orang memiliki cara yang berbeda untuk memenuhinya. Cara tersebut dapat dengan memilih rumah makan yang indah dengan pelayanan yang mewah, dengan harapan bahwa konsumen akan merasa puas setelah ia mengorbankan sejumlah uang yang cukup besar di rumah makan yang cukup mewah itu. Di samping itu, adapula yang cenderung memilih rumah makan yang biasa tetapi memberikan kepuasan dalam rasa makanan yang disantapnya. Sebagian konsumen ada yang beranggapan dari pada makan makanan yang mewah serta mahal tetapi tidak cukup lezat rasanya, lebih baik memilih rumah makan yang biasa tetapi cukup lezat sesuai dengan selera mereka. Saat ini para pembisnis juga dituntut untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian agar konsumen bersedia membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Keputusan pembelian menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan para pembisnis dalam menentukan strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan berikutnya.

 Usaha kuliner terus menunjukan daya tariknya, pertumbuhan bisnis ini terus mengalami perkembangan yang positif, Pasarnya yang luas mulai merambah pada masyarakat kelas menengah, ke bawah hingga kelas atas. Berkebangnya usaha kuliner sering di kaitkan dengan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi, dimana masyarakat di sibukan dengan pekerjaannya di luar rumah sehingga lebih memilih sesuatu yang bersifat praktis dan instan untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Dilihat dari prilaku masyarakat yang semakin berkembang inilah yang menyebabkan usaha yang bergerak di bidang kuliner terbilang sangat menjanjikan

 Rumah makan Padang telah menjadi pilihan populer bagi banyak orang di Indonesia,Banyaknya warung atau restoran Padang di seluruh Indonesia menunjukkan besarnya minat masyarakat akan makanan khas Padang. rumah makan adalah salah satu jenis bisnis yang memiliki potensi besar untuk berkembang di berbagai daerah, termasuk di kota Lhokseumawe. Bagi seorang pemilik rumah makan, salah satu kunci keberhasilan dalam bisnis tersebut adalah mampu menarik perhatian konsumen dan membuat mereka memilih untuk membeli makanan di rumah makan tersebut. Oleh karena itu, penggunaan model psikologis untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen menjadi sangat penting.

 Banyaknya warung atau restoran Padang di seluruh Indonesia menunjukkan besarnya minat masyarakat akan makanan khas Padang. Di Aceh khususnya kota lhokseumawe juga banyak usaha kuliner yang menyajikan makanan cepat saji.rumah makan adalah salah satu jenis bisnis yang memiliki potensi besar untuk berkembang di berbagai daerah, termasuk di kota Lhokseumawe., Salah satu tempat yang sering dikunjungi konsumen adalah **Rumah Makan Nasi Nanak .** rumah makan ini adalah salah satu rumah makan tertua yang ada dikota lhokseumawe .yang berada dijalan perdagangan No 24 Lhokseumwe kec Banda sakti, kota Lhokseumawe

 Bagi seorang pemilik rumah makan, salah satu kunci keberhasilan dalam bisnis tersebut adalah mampu menarik perhatian konsumen dan membuat mereka memilih untuk membeli makanan di rumah makan tersebut. Oleh karena itu, penggunaan model psikologis untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen menjadi sangat penting. Baik dan buruknya kualitas produk dan pelayanan akan berpengaruh terhadap kondisi pembisnis itu sendiri, Ketika konsumen merasa pada sebuah restoran sangat memuaskan, maka kemungkinan besar konsumen akan kembali mengkonsumsi dari restoran tersebut. Begitu pun sebaliknya ketika konsumen merasa tidak puas, maka kemungkinan konsumen tersebut tidak akan kembali mengkonsumsi dari restoran tersebut. Ahli ekonomi berpandangan bahwa konsumen adalah orang yang bersifat selalu ingin memenfaatkan kegunaan semaksimal mungkin (utility maximizers) dari sumber daya yang terbatas sehingga ia berusaha mendapatkan atau membeli suatu yang memberikannya kepuasan tertinggi (Sofjan Assauri, 2014)

 Banyak faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan seseorang melakukan pembelian. Tiga faktor utama yang mempengaruhi konsumen untuk mengambil keputusan, yaitu faktor psikologis, faktor situasional, dan faktor sosial. Faktor psikologis mencakup persepsi, motivasi, pembelajaran, kepercayaan dan sikap. variabel tersebut paling dominan yang menyebabkan konsumen ingin membeli makanan di rumah makan nanak

 Menurut Sangajdi & Sopiah (2013), persepsi adalah suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, dimana sensasi adalah aktivitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang menggembirakan. Konsumen memandang bahwa produk dan usaha tersebut bagus dan berkualitas tinggi. Rumah makan nanak menawarkan makanan khas daerah padang sumatra barat yang terkenal dengan ciri khas nasi padang dan rendangnya yang berkualitas dan bermutu tinggi. Hidangannya dibuat semenarik mungkin sehingga konsumen beranggapan bahwa makanan di rumah makan nanak kelihatan enak dan konsumen akan tertarik ingin membeli makanan tersebut. Produk makanan yang enak dengan harga terjangkau pasti memiliki banyak peminat. Sebaliknya apabila harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan produknya, maka konsumen akan berpikir dua kali untuk membeli kembali makanan tersebut dikemudian hari.

 Menurut Tjiptono dan Diana (2016), motivasi mencerminkan kekuatan internal atau kebutuhan yang mendorong seorang konsumen untuk melakukan tindakan tertentu, seperti mencari informasi atau membeli produk tertentu. Motivasi yang ada pada diri seseorang mendorong atau mengarahkan seseorang tersebut melakukan suatu keputusan seperti memilih dimana seseorang akan melakukan kegiatan untuk mencapai keinginannya atau memutuskan untuk membeli makanan dirumah makan nanak tersebut. Banyak informasi dari orang ke orang lain melalui komunikasi lisan.Karna ciri khas nasi padang yg begitu khas. Kegiatan bercerita antara dua atau lebih orang adalah bentuk paling umum komunikasi dari mulut ke mulut, baik bercerita tentang hal yang sungguh nyata terjadi ataupun hal-hal karangan yang tidak nyata. Hal tersebut menjadikan konsumen termotivasi untuk melakukan keputusan pembelian ke rumah makan tersebut . karena rumah makan ini adalah rumah makan terlama di kota lhokseumawe sehingga gedungnya pun belum terenovasi dengan baik, dan rumah mkan ini memiliki ruang makan yang kecil,sempit dan panas sehingga konsumen tidak ingin berlama lama dalam runagan tersebut atau makan di tempat. sehingga konsumen hanya membeli dan membawa pulang, serta rumah makan nanak ini tidak memiliki lahan parkir khusus . karena gedung tersebut berada ditengah kota.

 Menurut Tjiptono dan Diana (2016) pembelajaran mencerminkan perubahan perilaku individu yang disebabkan bertambahnya pengalaman. Akibat pengalaman pribadi seseorng membeli nasi dirumah makan nanak terlalu ramai dan lama mengantri, sehingga para konsumen yang ingin membeli orderan banyak selalu memboking duluan sebelum waktu pengambilan. Proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman dan kebanyakn perilaku manusia adalah hasil proses belajar. Secara teori, pembelajaran seseorang dihasilkan melalui dorongan, rangsangan ,isyarat, tanggapan,dan penguatan. Para pemasar dapat membangun permintaan akan produk dengan menghubungkannya dorongan yang kuat, dengan menggunakan isyarat motivasi, dan dengan memberikan penguatan yang positif.

 Menurut Sangadji & Sopiah (2013) Sikap adalah suatu kecenderungan yang dipelajari untuk bereaksi terhadap penawaran produk dalam situasi dan kondisi tertentu secara konsisten. Sikap mempengaruhi kepercayaan, dan kepercayaan mempengaruhi sikap. pelanggan yang terlalu ramai berdatangan mengakibatkan pelayanan menjadi lambat sehingga tidak terlayani dengan cepat,banyak pelanggan yang marah akibat terlalu lama mengantri, tetapi walaupun pelayanan nya yang lambat masih banyak pelanggan yang terus berdatangan.Untuk itu, agar tidak mengecewakan kepercayan pelanggan, para karyawan yang ada didirumh makan nanak mencoba untuk lebih cepat dan sigap dalam melayani para pelanggan. Multifiah (2002) mengemukakan bahwa perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian mereka. Jadi perilaku konsumen merupakan faktor yang penting yang dapat mempengaruhi proses keputusan konsumen untuk membeli atau mengkonsumsi suatu produk

 Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan pembelian pada usaha rumah makan nanak kota lhokseumawe, serta rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah faktor psikologis yang terdiri dari motivasi (X1), persepsi (X2), Pembelajaran (X3 sikap dan kepercayaan (X4) Keputusan pembelian (Y) pada Rumah Makan Nanak di kota Lhokseumawe. dengan judul ***“Model Psikologis Pada Keputusan Pembelian di Rumah Makan Nanak Kota Lhokseumawe”***

**1.2 Rumusan Masalah**

 Berdasarkan latar belakang dan masalah diatas, maka rumusan masalah yang dapat disusun didalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Terdapat Pengaruh Dari Faktor Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Rumah Makan Nanak Di Kota Lhokseumawe ?
2. Apakah Motivasi Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Rumah Makan Nanank Kota Lhokseumawe
3. Apakah Persepsi Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Rumah Makan Nanank Kota Lhokseumawe
4. Apakah Pembelajaran Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Rumah Makan Nanank Kota Lhokseumawe
5. Apakah Keyakinan Dan Sikap Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Rumah Makan Nanank Kota Lhokseumawe

**1.3 Tujuan Penelitian**

 Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Dari Faktor Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Rumah Makan Nanak Di Kota Lhokseumawe
2. Untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap keputusan pembelian pada rumah makan nanak kota lhokseumawe
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian pada rumah makan nanak kota lhokseumawe
4. Untuk mengetahui pengaruh pembelajaran terhadap keputusan pembelian pada rumah makan nanak kota lhokseumawe
5. Untuk mengetahui pengaruh keyakinan dan sikap terhadap keputusan pembelian pada rumah makan nanak kota lhokseumawe

**1.4 Manfaat Penulisan**

**1.4.1 Manfaat Praktis**

1. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan sebagai hasil karya dalam menambah wawasan pengetahuan yang lebih memperluas pola pikir ilmu pengetahuan terutama berhubungan dengan manajemen pemasaran yang berkaitan dengan faktor faktor psikologis konsumen

1. Bagi Pihak Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi baik mengenai karateristik konsumen rumah makan nasi nanak dan wawasan baru untuk rumah makan nasi nanak mengenai pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan pembelian pada rumah makan nasi nanak. Dalam hal ini pembisnis pada rumah makan ini juga dapat menentukan strategi maupun kebijakan yang akan diambil guna meningkatkan pendapatan dan mempertahankan posisi

**1.4.2 Manfaat Teoritis**

1. Bagi Lembaga Pendidikan

Penelitian ini dapat diharapkan untuk membantu proses pengaplikasian ilmu pengatahuan dan sebagai tambahan literature kepustakaan lembaga pendidikan dibidang penelitian,faktor psikologis konsumen.

1. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi dalam bidang manajemen pemasaran dan juga dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi pihak yang akan melakukan penelitian berikutnya yang berkaitan dengan penelitian sejenis.