

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Situasi perekonomian dewasa ini berkembang sangat pesat, terlebih pada era globalisasi seperti sekarang ini dimana terdapat banyak restoran cepat saji di Indonesia. Hal ini dapat kita lihat semakin padatnya aktivitas-aktivitas individu yang mengakibatkan tidak sempatnya mereka mengkonsumsi makanan terutama pada siang hari.

Keadaan ini memaksa setiap individu untuk membeli produk makanan cepat saji yang ada di sekitarnya ketika keadaan sudah tidak sempat lagi. Dalam hal ini, biasanya pihak KFC memberikan menu makanan yang sesuai dengan suasana padatnya aktivitas individu pada saat sekarang ini. Gaya hidup di kota Medan selalu berubah mengikuti kota Jakarta, karena kota Jakarta adalah kiblat gaya hidup di Indonesia. Sebagai contoh, menjadikan “status” sebagai sesuatu yang penting, bercengkrama di tempat-tempat tertentu, pernikahan agung, dan gaya hidup yang instan. Setiap aktivitas individu di kota Medan yang semakin padat, minatnya akan gaya hidup yang instan, dan pendapat mereka mengenai setiap produk yang ingin dibeli membuat mereka memutuskan untuk membeli makanan cepat saji di KFC.

Menurut Minor dan Mowen (dalam Sinaga 2009:8) gaya hidup individu ditentukan melalui apa yang mereka kerjakan, apa yang mereka sukai, dan bagaimana mereka memandang suatu permasalahan yang terjadi disekitar mereka. Karena individu pada saat sekarang ini menginginkan sesuatu yang cepat, menarik, dan sesuai dengan selera individu tersebut.

Globalisasi telah mengubah gaya hidup seseorang yang sebelumnya tidak terbiasa melakukan sesuatu menjadi harus melakukan hal yang diluar kebiasaannya. Pada dasarnya, gaya hidup seseorang telah dimiliki ketika individu tersebut masih berada di lingkungan keluarga, namun gaya hidup seseorang berubah seiring dengan berkembangnya zaman.

Untuk itu, pihak KFC harus berpikir cerdas dalam menilai gaya hidup konsumen yang selalu berubah mengikuti perkembangan zaman. Dengan kata lain, di era modern seperti saat ini pihak KFC harus memiliki produk makanan atau minuman yang sesuai dengan selera konsumen di Indonesia.

Menurut Minor dan Mowen (dalam Octavia 2009:10) menjelaskan bahwa gaya hidup seseorang juga berdasarkan demografi ketika seseorang ingin membeli produk yang sesuai dengan keadaan individu tersebut. Sebagai contoh, ketika individu tersebut berada di

lingkungan orang yang berpenghasilan lebih, maka secara tak sengaja dapat merubah gaya hidup individu tersebut akan mengikuti gaya hidup masyarakat di sekitarnya.

Perkembangan gaya hidup konsumen dapat dilihat dari aktivitas, minat, dan pendapat konsumen. Aktivitas konsumen yang semakin tinggi akan mengubah pola konsumsinya, sehingga pada kondisi seperti ini konsumen lebih berminat memilih makanan yang cepat, praktis, dan cepat saji. Akibat dari perubahan ini, konsumen akan mengeluarkan pendapat tersendiri mengenai restoran cepat saji yang disukainya.

Konsumen biasanya berminat kepada makanan yang langsung dapat dikonsumsi tanpa harus menunggu prosesnya karena konsumen menginginkan makanan yang ketika dibelinya langsung ada di tempatnya. Jika belum ada ditempatnya, maka konsumen tersebut harus menunggu sampai pesannya siap. Biasanya dalam menggoreng ayam tersebut tidak begitu lama, karena sudah dipersiapkan sebelumnya oleh pihak KFC. Hal inilah yang membuat pembeli memutuskan untuk membeli produk KFC.

Pendapat konsumen yang berbeda-beda dalam memutuskan apa yang hendak dibeli membuat pihak KFC membuat berbagai alternatif-alternatif yang mampu membuat pembeli merasa puas terhadap apa yang telah dibelinya. Ketika konsumen berpendapat baik terhadap produk KFC, maka konsumen tersebut akan sering membelinya atau mencoba produk KFC yang lain dengan kualitas yang baik. Karena pendapat seseorang sering dipengaruhi oleh orang lain, maka konsumen tersebut akan membeli berdasarkan informasi yang diterima dari teman-temannya, keluarganya, atau berdasarkan iklan yang sering ditampilkan di layar kaca di KFC tersebut.

Dalam memilih restoran cepat saji, konsumen biasanya dipengaruhi oleh gaya hidupnya yang dapat dilihat dari aktivitas, minat, dan pendapat konsumen tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH GAYA HIDUP MODERN (AKTIVITAS, MINAT, PENDAPAT) KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KFC JALAN JEND. A.H. NASUTION”**

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah aktivitas konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk KFC Jln. Jend. A.H Nasution

2. Apakah minat konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk KFC Jln. Jend. A.H Nasution
3. Apakah pendapat konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk KFC Jln. Jend. A.H Nasution
4. Apakah aktivitas, minat, dan pendapat konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk KFC Jln. Jend. A.H Nasution

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Dalam penelitian ini, penulis ingin membatasi permasalahan pada gaya hidup konsumen sebagai dasar membeli produk KFC di jln. Jend. A.H. Nasution.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh aktivitas konsumen terhadap keputusan pembelian produk KFC Jln. Jend. A.H Nasution
2. Bagaimana pengaruh minat konsumen terhadap keputusan pembelian produk KFC Jln. Jend. A.H Nasution
3. Bagaimana pengaruh pendapat konsumen terhadap keputusan pembelian produk KFC Jln. Jend. A.H Nasution

### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Penulis  
Menambah wawasan, pengetahuan, pemahaman, dan wadah pelatihan serta pengembangan penulis mengenai ilmu yang diperoleh selama perkuliahan khususnya mengenai gaya hidup
2. Bagi Perusahaan  
Memberikan sumbangan pemikiran dalam upaya mempelajari gaya hidup modern pada saat ini
3. Bagi Lembaga UNIMED  
Sebagai tambahan literatur kepustakaan di bidang pemasaran, khususnya gaya hidup
4. Bagi Pihak Lain  
Sebagai referensi dan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk melakukan penelitian sejenis di masa yang akan datang