

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bisnis telah menjadi sebuah aktivitas dari kebanyakan orang yang berpengaruh besar dalam kehidupan ekonomi sosial dan politik dalam sepanjang sejarah pada manusia dan hampir semua manusia terlibat dalam kegiatan bisnis. Sebagai salah satu provinsi yang cukup maju di Indonesia, roda perekonomian Lampung cukup menjanjikan. Dimana penerimaan negara dalam bentuk pajak cukup bagus, dan daya beli masyarakat juga sangat besar. Faktor tersebut menjadikan Lampung sangat kental dengan budaya bisnis. Karena memang di Lampung sendiri masih banyak potensi bisnis yang bisa digali oleh banyak orang. Secara demografis, Lampung adalah sebuah provinsi yang cukup berwarna, karena memang banyak sekali berbagai hal yang menjadi pusat perhatian di Lampung. Melihat kondisi persaingan yang semakin ketat, setiap bisnis ritel modern perlu meningkatkan kekuatan yang ada dalam perusahaannya dengan cara memunculkan perbedaan atau keunikan yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan pesaing untuk dapat menarik minat konsumen. Untuk mengatasi ketatnya persaingan dalam pemasaran maka salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menerapkan strategi lokasi toko yang baik karena dapat tercapainya tujuan dari suatu tempat usaha tersebut dan mampu memenuhi sasaran yang efektif sehingga mampu bersaing dengan perusahaan lain (sekitar Lampung, 2023).

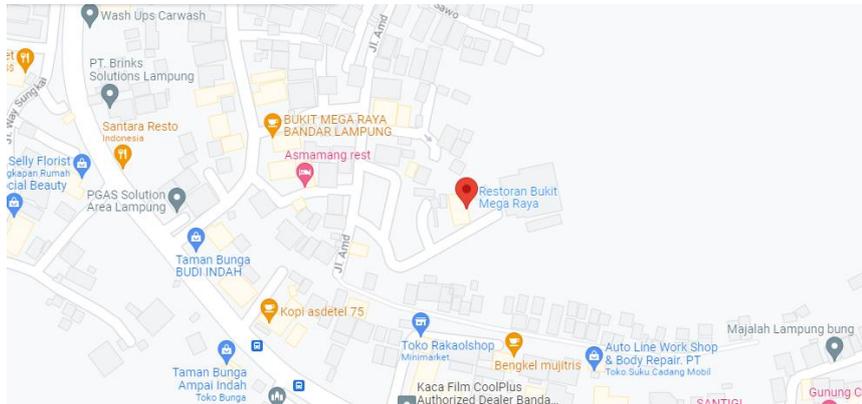
Minat konsumen digambarkan sebagai sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu, dapat dikatakan bahwa minat beli merupakan pernyataan mental dari diri konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu. Minat Beli konsumen ialah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen

mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk baik barang maupun jasa, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menggunakan suatu produk baik barang maupun jasa (Kotler dan Keller).

Lokasi merupakan dimana tempat orang-orang biasa berkunjung atau bertemu. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan toko. Distribusi lokasi atau tempat menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh produsen untuk menjadikan suatu produk yang dihasilkan dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen pada waktu dan tempat yang tepat dimanapun konsumen berada. Lokasi juga dapat menjadi salah satu kunci sukses karena lokasi yang strategis dapat menarik minat para konsumen. Konsumen dapat berpikir bahwa lokasi tersebut memiliki kenyamanan dan keamanan. Ini merupakan unsur terpenting dalam bagi pelanggan karena dapat menambah nilai disuatu usaha tersebut (Lupiyoadi dan Hamdani).

Restoran Bukit Mega Raya Bandar Lampung menyediakan beberapa fasilitas untuk konsumen yang mengunjungi restoran seperti tempat parkir yang sangat luas dan juga memberikan *view* yang menarik. Beberapa kuliner jenis yang beragama dan harga yang relatif terjangkau seperti : *seafod*, mie goreng, nasi bakar, *juice*, *coffee*, paket soto tangkar mega raya, dan nasi goreng. Berikut merupakan lokasi dari Restoran Bukit Mega Raya yang beralamatkan di Jl Perintis Kemerdekaan Gg. Mangga, Tanjung Gading, Bandar Lampung.

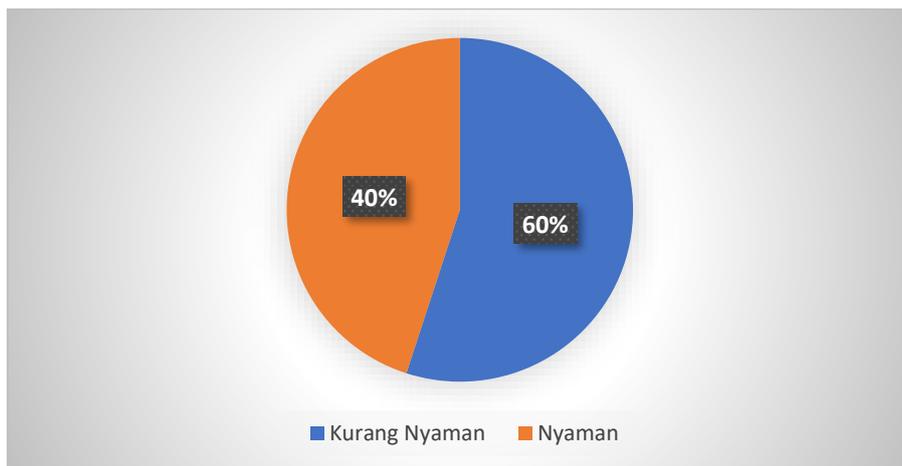
Gambar 1.1
Lokasi Restoran Bukit Mega Raya



Sumber : Google Maps 2023

Dilihat dari *maps* tersebut, lokasi restoran Bukit Mega Raya Bandar Lampung berada disebuah dalam gang sehingga akses yang dimiliki cukup terbilang sulit karena akses masuk terlalu sempit untuk masuknya kendaraan roda empat karena digunakan juga untuk lewat jalan rumah warga, dan dapat mengakibatkan terhambatnya perkembangan suatu usaha tersebut.

Gambar 1.2
Wawancara Terhadap Konsumen

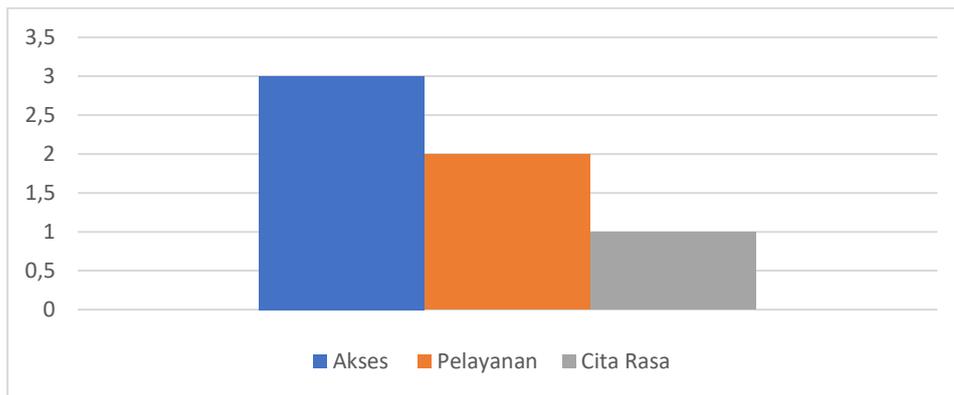


Sumber: Data diolah oleh Penulis 2023

Pada gambar 1.2 berdasarkan wawancara dengan konsumen banyak yang mengatakan bahwa beberapa dari mereka merasa kurang nyaman saat mengunjungi Restoran Bukit Mega Raya Bandar Lampung dikarenakan terdapat akses masuk yang sangat sempit yaitu didalam suatu gang, dan kurangnya pelayanan terhadap konsumen.

Gambar 1.3

Diagram



Para konsumen juga sebagian besar mengatakan bahwa merasa tidak nyaman makan di Restoran Bukit Mega Raya Bandar Lampung dikarenakan restoran tersebut terdapat didalam gang yang sempit dan juga jalannya digunakan oleh warga sekitarr. Kebanyakan para konsumen makan di Restoran Bukit Mega Raya Bandar Lampung karena memiliki *view* yang indah dan terdapat fasilitas ayunan yang menghadap ke arah laut yang sangat cocok untuk melepas lelah, terlebih jika saat malam hari, dan juga Restoran Bukit Mega Raya Bandar Lampung memiliki fasilitas lainnya yang memadai seperti lahan parkir yang luas sehingga dapat memakirkan kendaraan mobil maupun motor. Sehingga penulis ingin mengangkat judul “Pengaruh Lokasi terhadap Minat Konsumen di Restoran Bukit Mega Raya Bandar Lampung”.

B. Rumusan Masalah

Dari suatu permasalahan tersebut, maka penulis mendapatkan rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah : Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat konsumen di Restoran Bukit Mega Raya Bandar Lampung?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terarah dan dapat dipahami, maka perlu adanya pembatasan masalah pada : pengaruh lokasi terhadap minat konsumen di Restoran Bukit Mega Raya Bandar Lampung

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai ialah : untuk menganalisis apakah lokasi dapat berpengaruh terhadap minat konsumen di Restoran Bukit Mega Raya Bandar Lampung

E. Manfaat Penelitian

a. Bagi Keilmuan

Dapat menjadi tambahan bahan pertimbangan dan sebagai bahan referensi atas pembelajaran ilmu manajemen yang berhubungan dengan perilaku konsumen, terutama dalam bidang manajemen pemasaran.

b. Bagi Restoran Bukit Mega Raya Bandar Lampung

Diharapkan mampu memberikan informasi bagi Restoran Bukit Mega Raya Bandar Lampung terkait lokasi yang berpengaruh terhadap minat konsumen dan dapat mengimplementasikan dalam menentukan strategi untuk meningkatkan penjualannya.