PERBEDAAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP RUMAH MAKAN PADANG DIKECAMATAN SEBERANG ULU I

(Studi Kasus Rumah Makan Pagi Sore, Sederhana, Palapa Raya)

SKRIPSI

Nama :Risna Wati

NIM : 212015027

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2019

PERBEDAAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP RUMAH MAKAN PADANG DIKECAMATAN SEBERANG ULU I

(StudikasusRumahMakanPagi Sore, Sederhana, Palapa Raya)

DiajukanuntukmenyusunSkripsi Pada

Program Strata Satu FakultasEkonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Palembang

Nama :Risna Wati

NIM :212015027

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2019

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tanggan dibawah ini :

Nama : Risna Wati

NIM : 212015027

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Skripsi : Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Rumah Makan Padang diKecamatan Seberang Ulu I (Studi Kasus Rumah Makan Pagi Sore, Sederhana, Palapa Raya)

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 dibadan pengelolaan pajak Daerah Kota Palembang dan instansi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa batasan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam nafkah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Palembang, Februari 2019

METERAI TEMPEL
80E61AFF846092591
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Risna Wati

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Rumah Makan Padang diKecamatan Seberang Ulu I (Studi Kasus Rumah Makan Pagi Sore, Sederhana, Palapa Raya)

Nama	: Risna Wati
NIM	: 212015027
Fakultas	: Ekonomi
Program Prodi	: Manajemen
Konsentrasi	: Pemasaran

Diterima dan Disahkan

Pada Tanggal, Februari 2019

Pembimbing I,

DR.Diah Isnaini A,S.E.,M.M.
NIDN: 0207046311

Pembimbing II,

Amidi, S.E.,M.Si
NIDN: 0229056502

Mengetahui
Dekan
u.b. Ketua Program Studi Manajemen

Maftuhah Nurrahmi, S.E.,M.Si
NIDN: 0216057001

ABSTRAK

Risna Wati / 212015027 / 2019 / Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Rumah Makan Padang Dikecamatan Seberang Ulu I (Studi Kasus Rumah Makan Pagi Sore, Sederhana, Palapa Raya) / Manajemen Pemasaran.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah perbedaan persepsi konsumen terhadap rumah makan padang (studi kasus rumah makan pagi sore, sederhana, palapa raya). Tujua nnya untuk mengetahui perbedaan persepsi konsumen terhadap rumah makan padang (studi kasus rumah makan pagi sore, sederhana, palapa raya). Penelitian ini termasuk penelitian komparatif. Variabel yang digunakan adalah persepsi yang dikembangkan menjadi menu makanan berpariasi, porsi wajar, harga sesuai, lokasi mudah ditemukan, sering dipuji orang, tampilan menarik,menggugah selera, rasa lezat, bumbunya terasa, aroma sedap, pelayanan cepat, pegawai ramah, suasana warung nyaman, tersedia fasilitas antar, dan mudah memesan. Populasi penelitian adalah semua konsumen di Kecamatan Plaju yang pernah melakukan pembelian di rumah makan Pagi Sore, Sederhana, dan Palapa Raya. Sampel penelitian diambil sebanyak 288 orang secara *purposive sampling*. Data yang diperlukan adalah data primer dengan metode pengumpulan data kuesioner. Alat analisis penelitian ini menggunakan chi – square. Hasil penelitian menujukan bahwa 1) tidak ada perbedaan pesepsi konsumen terhadap rumah makan Padang berdasarkan indikator porsi wajar, lokasi mudah ditemukan, pelayanan cepat, pegawai ramah, mudah memesan. 2) Ada perbedaan persepsi konsumen terhadap rumah makan padang berdasarkan indikator menu makanan berpariasi, harga sesuai, sering dipuji orang, tampilan menarik, menggugah selera, rasa lezat, bumbu terasa, aroma sedap, suasana warung nyaman, dan tersedia fasilitas antar.

KataKunci: persepsi konsumen, menu makanan berpariasi, porsi wajar,harga sesuai, lokasi mudah ditemukan, sering dipuji orang, tampilan menarik, menggugah selera, rasa lezat, bumbu terasa, aroma sedap, pelayanan cepat, pegawai ramah, suasana warung nyaman, tersedia fasilitas antar, dan mudah memesan.

Abstract

Risna Wati/212015027/2019/The Differences of Consumer Perceptions about Padang Restaurants in Kecamatan Seberang Ulu I (Case Study at Pagi Sore Restaurant, Sederhana, Palapa Raya)/Marketing Management.

The formulation of the problem in this study was there any difference in consumer perceptions of the Padang restaurant (Case Study at Pagi Sore Restaurant, Sederhana, Palapa Raya). The objective of this study was to find out the difference in consumer perceptions of the Padang restaurant (Case Study at Pagi Sore Restaurant, Sederhana, Palapa Raya). This study was comparative research. The variable used in this study was perception that was developed into varied food menu, reasonable portions, appropriate prices, easy to find locations, often praised by people, attractive appearance, appetizing taste, delicious taste, tasteful aroma, delicious aroma, friendly service, friendly employees, cozy atmosphere, delivery service facilities availability, and easy to order. The study population used in this study was all consumers in Kecamatan Plaju who had made purchases at Pagi Sore Restaurant, Sederhana Restaurant, dan Palapa Raya Restaurant. The sample used in this study was 288 consumers taken by purposive sampling. The data needed was primary data with a questionnaire data collection method. This research analysis tool used in this study was chi-square. The results showed that 1) there was no differences of consumer perception on Padang restaurant based on indicators; reasonable portions, easy to find locations, fast service, friendly employees, and easy to order. 2). There were some differences of consumer perceptions based on Padang restaurant based on indicators; varied food menu, praised by people, attractive appearance, appetizing taste, delicious taste, tasteful aroma, delicious aroma, friendly service, friendly employees, cozy atmosphere, and delivery service facilities availability.

Keywords: consumer perceptions, food menu, reasonable portion, appropriate price, easy to find location, praised by people, attractive appearance, often praised by people, attractive appearance, appetizing taste, delicious flavor, delicious taste, tasteful aroma, delicious aroma, fast service, friendly employees, cozy atmosphere, and delivery service facilities availability, and easy to order.

PENGESAHAN
NO. 015 /Abstract/LB/UMP/ I / 2019
Telah di Koreksi oleh
Lembaga Bahasa
Universitas Muhammadiyah Palembang

بسم الله الرحمن الرحيم

PRAKATA

Asslamu'alaikum Warohmatullaahi WaBarokaatuh

Alhamdulilahirabbil'alamin, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan berkah, rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapaat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul **" Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Rumah Makan Padang Di Kecamatan Seberang Ulu I(Studi Kasus Rumah Makan Pagi Sore, Sederhana, Palapa Raya)"** dengan baik dan tepat waktunya. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Dengan penuh rasa hormat, cinta, kasih sayang, dan kerendahan hati, skripsi ini penulis mempersembahkan terkhusus kepada kedua orang tua Ayahnda Usman dan ibunda Nuraini yang telah sangat berjasa dalam mendidik, mendoakan, memberikan dana, dorongan, semangat, dan motivasi, serta telah membesarkan penulis dengan penuh rasa cinta, kasih sayang tanpa keluh kesah. Terima kasih Ya Allah, Engkau telah memberikan penulis keluarga dan orang tua yang terbaik dalam hidup ini.

Dalam penulis skripsi ini penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan hal mengingat keterbatasan yang dimiliki penulis, baik dari segi ilmu atau pun pengalaman. Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan,

bimbingan, dorongan serta motivasi dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sedalam – dalamnya kepada :

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M Rektor Universitas Muhammadiyah palembang
2. Bapak Drs.Fauzi Ridwan, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi S.E., M.Si. selaku ketua program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Bapak Yudha mahrom Darmasaputra S.E., M.Si selaku pembimbing akademik yang telah membimbing selama perkulihan di universitas muhammadiyah palembang.
5. Ibu Dr. Diah Isnaini A, S.E., M.M selaku pembimbing skripsi yang telah membantu dalam penyusunan skripsi.
6. Bapak Amidi, S.E.,M.Si selaku pembimbing kedua yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi.
7. Bapak dan Ibu Dosen Serta Staff pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
8. Sahabat terbaikku Hendri Mardiyanto, Novi, Fepi, Elin kribo, Dewi Sutarti Temin, Ayu Mulatina ukhty,
9. Kakak – kakak terbaikku, Deni Apri yanto, Hendra Irawan, dan Erdin putra

10. Teman – teman KKN Posko 134 Kertapati , Muhammad farhan, Dedy Zaka Syurahman, Hizbul wathon, Imam Sodikin, M.Andre, Yussi Sandela, Tri Susilawati, Salsbilah dan Dio Saputra.
11. Teman – temanku dari univeristas lain Desti amalia, Meri marsita, Andre saputra, Juliana, dan sony martiyas.
12. Teman – temanku dipaket 02 program studi manajemen 2015
13. Teman- temanku satu almamater
14. Semua pihak yang telah ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis.

Akhir kalam dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga amal dn ibadah yang dilakukan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca. Amin .

DAFTAR ISI

Halaman

Halaman Sampul Luar.....

Halaman Judul.....

Halaman Pernyataan Bebas Plagiat..... i

Halaman Pengesahan ii

Halaman Persembahan dan Motto iii

Halaman Prakarta iv

Daftar isi..... vii

Daftar Tabel ix

Daftar lampiran ix

Abstrak xii

Abstrak xiii

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....1
B. Rumusan Masalah 11
C. Tujuan Penelitian.....11
D. Manfaat Penelitian.....12

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS

A. Landasan Teori
1. Perilaku Konsumen 13
2. Persepsi.....15

B. Penelitian Sebelumnya 21
C. Hipotesis.....25

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....26
B. Lokasi Penelitian.....27
C. Operasionalisasi Variabel.....27
D. Populasi dan Sampel 27
E. Data yang Diperlukan 29
F. Metode Pengumpulan Data 30
G. Analisis Data dan Teknik Analisis.....31

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....34
B. Pembahasan penelitian 65

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan.....80
B. Saran 80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Konsep pemasaran diperlukan oleh setiap organisasi, termasuk setiap perusahaan. Adanya konsep pemasaran akan membuat setiap perusahaan memiliki petunjuk yang jelas terhadap apa yang seharusnya dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan/keinginan pasar. Tugas perusahaan adalah menyediakan berbagai produk yang diinginkan oleh pasar. Ketersediaan atas produk tersebut akan memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak. Bagi pasar, keteresediaan produk akan membuatnya mampu memenuhi keinginan, sedagkan bagi pemasar akan memperoleh keuntungan.

Salah satu topik menarik dalam pemasaran adalah perilaku konsumen. Pemahaman terhadap perilaku konsumen dapat mengarahkan usaha – usaha pemasar untuk menjangkau konsumen lebih efektif. Lewat pemahaman perilaku konsumen, pemasar dapat mengetahui berbagai produk atau jasa yang cenderung lebih disukai atau tidak disukai konsumen. Selanjutnya pemasar dapat mengembangkan produk tersebut sebagai bahan transaskis yang menguntungkan.

Perilaku konsumen merupakan proses yang berkaitan erat dengan proses pencarian produk, pencarian informasi, proses pembelian, bahkan evaluasi pasca pembelian produk. Konsumen melakukan aktifitas – aktifitas seperti melakukan pencarian, penelitian dan pengevaluasian produk sehingga semua kegiatan itu mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian.

Setelah proses keputusan pembelian dilakukan, konsumen masih melakukan kegiatan evaluasi terhadap produk yang dibelinya untuk kemudian melakukan pembelian ulang atau berpindah pada pemasar yang lain.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhinya perilaku konsumen, yaitu faktor budaya, soaial, pribadi, dan psikologis. Diantara faktor psikologis terdapat motivasi, persepsi, pembelajaran, dan memori (Kotler & Keller, 2009: 226). Persepsi memiliki arti penting dalam pemasaran. Setiap orang mempunyai pendapat atau pandangan yang berbeda dalam meliahat suatu hal (Objek) yang sama. Perbedaan pandangan ini akan dapat ditindak lanjuti dengan perilaku atau tindakan yang berbeda pula. Pandangan itu disebut sebagai persepsi .

Persepsi dalam arti umum adalah pandangan seseorang terhadap sesuatu yang akan membuat respon bagaimana dan dengan apa seseorang akan bertindak. persepsi seseorang terhadap makanan yaitu pikiran apa yang mendasari seseorang untuk nantiya digunakan dalam memilih dan menggunakan atau mengkonsumsi jenis makanan apa yang yang diinginkan oleh konsumen itu sendiri. Individu dalam hubunganya dengan dunia luar selalu melakukan pengamatan untuk dapat mengartikan rangsangan yang diterima dan alat indera diperguanakan sebagai perhubungan antara individu dengan dunia luar. Agar proses pengamatan itu terjadi, maka diperluakan objek yang diamati alat indera yang cukup baik dan perhatian merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan dalam mengadakan pengamatan

Konsumen sering menilai produk yang ditawarkan oleh perusahaan berdasarkan persepsinya. Apabila persepsi konsumen terhadap berbagai produk yang ditawarkan oleh perusahaan adalah baik, maka demikianlah harapan perusahaan. Dalam kenyataan tidak semua produk dipersepsikan dengan baik oleh konsumen. Oleh karena itu penting bagi setiap perusahaan memastikan bahwa produknya dipersepsikan baik oleh konsumen sehingga akan lebih dekat pada keputusan pembelian konsumen. Terlebih apabila terdapat banyak kemiripan antara produk perusahaan dengan milik perusahaan lain sejenis.

Pada era globalisasi ini dunia usaha berkembang sangat pesat salah satu nya bisnis bidang kuliner. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah pesaing. Untuk mengahadapi situasi dan keadaan yang demikian, pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikan dapat berkembang dengan baik. Pelaku usaha dituntut bisa mempertahakan pasar dan memenangkan persaingan . Dalam memenagkan pesaingan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. Lewat pemahaman kebutuhan dan keinginan pelanggan maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumen .

Salah satu bisnis atau usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah usaha pelayanan jasa makanan, yaitu rumah makan. Rumah makan adalah salah satu jenis usaha yang diminati oleh pengusaha saat ini. Makan adalah kebutuhan primer sehingga setiap hari makanan merupakan produk

yang dicari oleh semua orang, memang makanan dapat dibuat sendiri di rumah. Akan tetapi saat ini karena berbagai alasan tidak sedikit orang yang memiliki penilaian lebih praktis membeli makan di luar. Selain itu rumah makan juga menjadi pilihan yang tepat bagi berbagai organisasi untuk memfaslitasi acara makan yang diselenggaarakannya.

Rumah makan Padang atau warung Padang atau Restoran Padang adalah suatu bisnis warung makan atau rumah makan atau restoran yang menjual atau menghidangkan berbagai ragam kuliner atau masakan Minangkabau yang berasal dari Sumatera Barat. Rumah makan ini amat terkenal di Indonesia bahkan dunia dan disukai oleh berbagai kalangan serta bermacam etnis dan bangsa karena masakan atau makanannya yang lezat serta daya adaptasinya yang bisa menyesuaikan diri dengan lidah atau selera masyarakat di mana rumah makan ini berada. Rumah makan Padang di luar Sumatera Barat menghidangkan masakan yang tidak terlalu pedas, berbeda dengan rumah makan yang ada di tanah kelahirannya sendiri. Usaha rumah makan ini hadir dalam berbagai tingkatan sosial mulai dari warung Padang kaki lima yang harganya terjangkau oleh kalangan bawah, rumah makan yang menargetkan kalangan menengah sebagai sasaran pasarnya, hingga restoran mewah yang menargetkan kalangan atas dengan harga yang cukup tinggi sesuai fasilitas yang disediakan.

Masakan atau kuliner Minangkabau sangat beragam. Disamping banyak kesamaan, tiap wilayah di Sumatera Barat juga punya varian masakan yang agak berbeda dibanding wilayah lainnya. Di sekitar danau Maninjau, Agam,

terdapat palai rinyuak yang tak ditemukan di wilayah lain karena bahan dasarnya ikan rinyuak (sejenis ikan yang kecil-kecil) hanya terdapat di danau Maninjau. Begitu pula dengan goreng salai ikan bilih dari wilayah Solok dan Tanah Datar. Ikan langka ini hanya terdapat di danau Singkarak tidak terdapat di perairan lainnya.

Karena keterbatasan bahan baku atau cara memasak yang rumit, tidak semua ragam masakan tersebut tersedia di rumah makan Padang. Umumnya rumah makan Padang menghidangkan jenis masakan yang bahan bakunya mudah didapat serta mudah dikerjakan, seperti ayam goreng atau gulai, dendeng balado, gulai tunjang, gulai ikan kakap, serta berbagai masakan lainnya, dan tentu saja rendang yang telah mengangkat derajat kuliner Minangkabau dan Indonesia ke tataran Internasional karena terpilih sebagai makanan terlezat .

Pendapatan karyawan dalam usaha rumah makan Padang secara tradisional berbentuk bagi hasil sesuai dengan peran para karyawannya. Setiap karyawan mendapatkan penghasilan berdasarkan persentase setelah laba usaha dihitung dalam jangka waktu tertentu. Sistem bagi hasil ini membuat para karyawan menjadi bersemangat karena dengan bekerja sebaik-baiknya serta ramah pada pengunjung akan berdampak pada kemajuan usaha yang pada gilirannya akan membuat pendapatan mereka juga akan ikut meningkat.

Meskipun muncul di Sumatera Barat, akan tetapi saat ini rumah makan padang tersebar di berbagai tempat, bahkan di Palembang. Secara umum orang

juga telah mengenal rasa dan menu khas masakan Sumatera Barat ini. Bahkan di satu tempat tidak hanya ditemukan satu macam rumah makan Padang. Rumah makan Padang yang dapat ditemukan di Kota Palembang adalah rumah makan Bundo Kanduang, rumah makan Bareh Baru, rumah makan Sinar Padang, rumah makan Selera Baru, rumah makan Sinar Jaya Baru, rumah makan Cahaya Minang , rumah makan Pagi Sore, rumah makan Sederhana, dan rumah makan Palapa Raya.

Tiga rumah makan Padang terakhir merupakan rumah makan yang lebih populer dikenal, memiliki banyak cabang, dan biasa dijadikan tempat pemesanan makanan untuk acara-acara tertentu. Di wilayah Seberang Ulu I, lokasi ketiga rumah makan tersebut adalah ;

Tabel I.1

No	Nama Rumah Makan	Alamat
1	Rumah makan Pagi Sore	Jl . Jenderal Ahmad Yani No. 285B, Sebererang Ulu I, Kota Palembang.
2	Rumah makan Sederhana	Jl . Jenderal Ahmad Yani Seberang Ulu I , Kota Palembang
3	Rumah makan Palapa Raya	Jl . Jalan Jenderal Ahmad Yani No , 50 , Seberang Ulu I

Sumber : Google Map Rumah Makan Khas Padang , Palembang , (Plaju).

Berdasarkan Tabel di atas terlihat ketiga rumah makan tersebut berada di lokasi yang tidak berjauhan. Selain di tiga lokasi diatas, ketiga rumah makan ini juga dapat ditemukan di beberapa lokasi lain yang mudah ditemukan. Misalnya :

1. Rumah makan Pagi Sore di jalan Jendral sudirman No.96D, Jln Durian No 308, komplek pertamina Plaju, Jln Basuki Rahmat N0 43, Pahlawan, Kemuning, Jln Beringin Janggut No .475, Jln Radial No. 7, Komplek Ilir Barat Blok D2.
2. Rumah makan Sederhana di Jl. Gubernur H.A Bastari (Jakabaring), Jln Jend. Basuki Rachmat No. 1, Jl. MP. Mangkunegara No. 95-97, Jl. Demang Lebar Daun No.130A, Jl. Alamsyah Ratu Prawiranegara dan Jln Lintas Timur.
3. Rumah makan Palapa di Jl Kolonel H Burlian No 1606 (KM 5), Jalan Veteran No.924-925, Jl. KH Wahid Hasyim No.3, Jl. MP. Mangkunegara No 40, Jl Radial Blok 39 No.4, 24 Ilir, Bukit Kecil. Dan masih banyak lagi lokasi – lokasi ketiga rumah makan tersebut berada.

Secara umum tampaknya masayarakat memiliki penilaian yang beragam terhadap ketiga rumah makan ini. Masing-masing memiliki penilaian lebih baik dalam atribut tertentu, misalnya harga, pelayanan, menu, rasa, dan lain-lain. Berikut ditampilkan hasil pra-riset tentang persepsi masyarakat terhadap beberapa atribut yang dimiliki oleh ketiga rumah makan tersebut:

Tabel I.2

Persepsi Konsumen Terhadap Rumah Makan Padang

No	Nama Rumah Makan	Menu	Pelayanan	Harga
1	Pagi Sore	4	5	1
2	Sederhana	3	4	2
3	Palapa Raya	2	1	7
	Jumlah	9	10	10

Sumber : Wawancara Pra-riset , 2018

Berdasarkan Tabel pra riset diatas pada ketiga Rumah Makan padang dipersepsikan memiliki menu yang relatif sama karena ketiga rumah makan tersebut sama-sama menyediakan dan menyajikan menu masakan khas Padang seperti rendang, ayam pop, ayam goreng, telor balado, sambal balado dan lain lain. Adapun untuk harga dan pelayanan tampaknya masyarakat memiliki persepsi yang berbeda. Rumah makan Pagi Sore dan sederhana dipersepsikan unggul dalam hal menu dan pelayanan, dikarenakan kedua rumah makan tersebut sama- sama memberikan fasilitas yang nyaman dan aman, seperti ruang VIP dan ruang standart untuk keluarga yang ingin melakukan penjamuan makan bersama, rapat , arisan dan lain – lain, sedangkan rumah makan Palapa Raya dipersepsikan baik harganya.

Selain itu terdapat beberapa penilaian orang terhadap rumah makan Padang

1. Rumah Makan Pagi Sore

   Rumah makan Pagi Sore adalah Restoran Padang yang sudah terkenal diseluruh Indonesia, bersaing dengan Sederhana, kelebihan dari rumah makan Pagi Sore ini ialah menyajikan menu masakan yang menarik dan berciri khas minang seperti rendang dengan bumbu yang pas dan dagingnya yang empuk, ayam gulai dengan bumbu yang meresap, ayam pop, ayam goreng yang garing dan gurih , telor balado, sambal balado, dll, porsi yang di hidangkan di rumah makan ini cukup wajar tidak terlalu banyak dan tidak terlalu sedikit, selain itu juga rumah makan Pagi Sore menawarkan ruang VIP dan ruang standard untuk keluarga yang ingin mengadakan penjamuan makanan bersama rumah makan Pagi Sore juga cocok untuk anak – anak Selain itu juga memberikan suasana yang nyaman dan santai. Pelayanan pegawai yang ramah dan cepat juga menjadi kelebihan di rumah makan ini. Rumah makan ini juga menyedikan jasa delivery, dimana system yang digunakan sama dengan system yang digunakan rumah makan lain yang juga menyediakan jasa delivery ini, yaitu dengan menelpon, memesan makanan yang diinginkan, lalu untuk pembayarannya dilakukan saat makanan sampai ditempat tujuan. Untuk lokasi sendiri rumah makan Pagi Sore mudah ditemukan di berbagai tempat. Kekurangnya dari rumah makan ini adalah harga menu makanannya yang tergolong cukup mahal.

2. Rumah Makan Sederhana

Rumah makan Sederhana adalah Restoran Padang dengan rasa khas Minangkabau, menu yang dihidangkan di rumah makan Sederhana tidak jauh berbeda dengan rumah makan Pagi Sore. Rumah makan yang cukup besar memberikan suasana yang nyaman dan santai dan dapat dikatakan mewah, terbukti dengan fasilitas dan pelayanan yang ditawarkan rumah makan ini. selain difasilitasi WC yang bersih, rumah makan ini membuat nyaman pengunjung dengan desain interior yang modern . Rumah makan ini pun memiliki dua lantai dilengkapi dengan AC dan tempat duduk sofa bertujuan untuk menarik pengunjung agar nyaman saat melakukan rapat, arisan, atau hal lainyang dilakukan secara berkelompok, rumah makan ini juga menyedikan jasa delivery seperti rumah makan Pagi Sore, lokasi rumah makan Sederhana juga mudah ditemukan. Kekurangnya rumah makan ini sama saja seperti rumah makan Pagi Sore yaitu harga.

3. Rumah Makan Palapa Raya

Tidak juah berbeda dengan rumah makan Pagi Sore dan Sederhana, rumah makan Palapa Raya juga termasuk rumah makan yang menjual masakan Khas Minang. menu yang disajikan diruamah makan Palapa Raya ini juga tidak jauh berbeda dengan rumah makan Pagi Sore dan Sederhana seperti rendang, ayam goreng, ayam pop, sambal ijo, dan lain –lain. Untuk fasilitas dan kenyamanan rumah makan Palapa Raya sedikit berbeda dengan Pagi Sore dan Sederhana, rumah makan ini tidak menyediakan tempat rapat atau pun ruang VIP. Kelebihan rumah makan Palapa Raya

harga nya lebih murah dibandingkan rumah makan Pagi Sore dan Sederhana,

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka menjadi menarik melakukan kajian tentang Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Rumah Makan Padang (Studi kasus rumah makan Pagi Sore, rumah makan Sederhana, rumah makan Palapa Raya) di Kecamatan Seberang Ulu I

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka rumusan masalah nya adalah adakah perbedaan persepsi konsumen terhadap rumah makan Padang di Kecamatan Seberang Ulu I (Studi Kasus Rumah Makan Pagi Sore, Sederhana, Palapa Raya)

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan persepsi konsumen terhadap rumah makan Padang dikecamatan Seberang Ulu I (Studi Kasus Rumah Makan Pagi Sore, Sederhana, Palapa Raya)

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

   Menjadi tambahan ilmu pengetahuaan yang di peroleh selama duduk di bangku perkuliahan dengan melihat praktek teorinya di lapangan khusunya dalam konsentrasi Pemasaran.

2. Bagi Almamater

   Menambah tambahan referensi bagi penulis lebih lanjut yamg melakukan kajian dengan topik sejenis

DAFTAR PUSTAKA

Bambang .2015. Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Warung Lesahan Dikota Yogyakarta. *Jurnal Maksipreneur* V(1) : 75-79

Fandy Tjiptono .2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi

Imam Santoso. 2016. Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga dan Atmosfer Rumah makan Cepat Saji terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Teknologi* Vol 15(1):94-109

Iqbal, Hasan. 2008. *Pokok – pokok Materi Statistik 2.* Edisi kedua. Penerbit PT Bumi Aksara : Jakarta .

Kotler,Philp ,dan Kevin Lane Keller .2009. *Manajemen Pemasaran.* Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta : PT Indeks

Mulissari Pinilih. 2015. Perilaku Mahasiswa Dalam Memilih Tempat Makan Berciri internasional. *Jurnal Probisnis* Vol 8(1):58-64

Novrianto Juang. 2016. Analisis Kepuasaan Pelanggan Pada Restoran Sop Tunjang Pertama Di Pekanbaru. *Jurnal Valuta* 2(2):171-179

Priansa, Donni Juni.2017. Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Kontemporer. Bandung : Alfabeta

Riduwan. (2014) . *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: alfabeta

Saban Echdar. 2017. *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bogor : Ghalia Indonesia.

Sangadji, Etta Mamang & Sopiah . 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis* Yogyakarta: Andi

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D,* Bandung:Alfabeta

Tanti Kusrini. 2017. Pengaruh Atribut Rumah Makan Terhadap Keputusan Pembelian . *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol 42(1):151-155

Ujang Sumarwan. 2011. *Perilaku Konsumen* . Bogor : Ghalia Indonesia

https://www.tripadvisor.co.id

http://www.loveindonesia.com/directory/id/palembang/business/rm-pagi-sore-ahmad-yani-no285-b-8-ulu-kertapati/152520

https://id.wikipedia.org/wiki/Rumah_makan_Padang

https://www.google.com/search?client=firefoxbab&q=rumah+makan+palapa+raya+kertapati.

https://id.wikipedia.org/wiki/Sederhana_(restoran)

http://palembang.tribunnews.com/13/04/2011/jujur-kiat-sukses-usaha

https://www.tripadvisor.co.id/Restaurant_Review-g608501-d6488848-Reviews-Palapa_Indah_Rumah_Makan-Palembang_South_Sumatra_Sumatra.html