

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Makanan merupakan kebutuhan pokok manusia, selama penduduk dunia masih membutuhkan makan maka penyedia makan akan tetap ada. Dengan semakin meningkatnya jumlah penduduk dunia maka kebutuhan akan makanan juga semakin meningkat, sehingga peluang bisnis yang berhubungan dengan makanan dan penyediaan makan menjadi sangat besar. Bisnis restoran adalah salah satu diantaranya. Hal ini membuat para pebisnis tertarik dan akhirnya membuka cabang atau bisnis rumah makan. Oleh karena itu sampai sekarang bisnis ini berkembang sangat pesat di Indonesia. "Dengan populasi mencapai lebih dari 250 juta orang, Indonesia merupakan pasar yang menguntungkan bagi produsen makanan dan minuman, serta industri pendampingnya," kata Ir. Adhi S Lukman, Ketua Umum Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMMI) di Jakarta, dikutip dari tribunnews.com Rabu, 27 Agustus 2016.

Kota Bandung sebagai ibukota provinsi Jawa Barat, kota metropolitan terbesar di Jawa Barat, salah satu kota tujuan wisata dari berbagai pelosok tanah air, tentu juga menjadi salah satu pusat wisata kuliner di Indonesia. Wisatawan lokal maupun asing datang ke Kota Bandung. Ditambah lagi kedatangan para mahasiswa yang kuliah di Kota Bandung. Mereka mencari restoran dan kafe, serta memilih berdasarkan berbagai alasan, diantaranya : menu makanan, keberadaan tempat, pelayanan, suasana, dan harga. Dengan demikian, kebutuhan masyarakat Kota Bandung sebagai kota besar, khususnya kuliner, menjadi meningkat. Pola hidup masyarakat yang bekerja hingga malam hari membuat pekerja lebih sering memesan makanan ketimbang makan di rumah. Dalam sebuah laporan di Kompasiana, 22 Januari 2017, dinyatakan bahwa bisnis kuliner semakin berkembang dalam beberapa tahun terakhir di Indonesia karena meningkatnya kegemaran masyarakat akan kuliner. Masyarakat terutama kelompok muda senang bersosialisasi dengan mengunjungi tempat makan.

Tingginya minat masyarakat akan kuliner dapat dilihat dalam data berikut yang menunjukkan bahwa pengeluaran konsumsi rumah tangga cukup besar untuk hotel dan restoran hingga melebihi pengeluaran untuk kesehatan dan pendidikan juga pakaian dan alas kaki. Berikut ini data pengeluaran konsumsi rumah tangga tahun 2014 yang dikutip dari Provinsi Jawa Barat Dalam Angka 2015, bersumber Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat:

Tabel 1. 1
Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga di Jawa Barat Tahun 2014

Pengeluaran konsumsi rumah tangga	Angka pengeluaran
Makanan, minuman dan rokok	252.183.917
Pakaian dan alas kaki	33.551.759
Perumahan, pekasas, perlengkapan dan penyelenggaraan	88.786.750
Kesehatan dan pendidikan	47.522.578
Transportasi, komunikasi, rekreasi dan budaya	198.687.459
Hotel dan restoran	50.947.886
Lain-lain	44.514.374

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat

Dengan tingginya minat masyarakat untuk belanja kuliner sebagaimana data di Tabel 1.1 tersebut, maka hal ini menjawab pertanyaan mengapa bisnis kuliner semakin meningkat sehingga jumlah restoran meningkat dari tahun ke tahun. Berikut ini adalah data jumlah restoran dari tahun 2012 sampai dengan 2015 dikutip dari Provinsi Jawa Barat Dalam Angka 2016, bersumber Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat :

Tabel 1. 2
Jumlah Restoran di Kota Bandung

Tahun	Jumlah restoran
2012	438
2013	469
2014	493
2015	507

Sumber : Dinas Pariwisata Provinsi Jawa Barat

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dinyatakan bahwa jumlah restoran semakin bertambah sehingga persaingan bisnis menjadi semakin ketat. Dengan demikian banyaknya jumlah restoran menjadi masalah besar bagi para pebisnis. Jika pebisnis tidak mengelola dengan baik, maka mereka akan kesulitan untuk bersaing dan bertahan. Hal ini mendorong setiap restoran untuk dapat menciptakan kreatifitasnya dalam hal apapun untuk membuat restorannya mampu bertahan dan bersaing.

Persaingan ketat yang dihadapi oleh para pelaku bisnis restoran di Kota Bandung dalam memperebutkan dan mempertahankan konsumennya membuat mereka harus menciptakan strategi pemasaran yang tepat. Strategi tersebut harus dapat meningkatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan serta dapat memuaskan keinginan konsumen, sehingga konsumen terdorong untuk melakukan pembelian ulang.

Pemasaran berhubungan dengan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat. Salah satu dari definisi pemasaran terpendek adalah “Memenuhi kebutuhan secara menguntungkan”. (Kotler dan Keller, 2012, hlm. 27) Namun demikian pemasaran bukanlah memenuhi kebutuhan sebesar-besarnya. Pemasaran walaupun sering digambarkan sebagai seni menjual produk, namun bagian yang paling penting dari pemasaran bukanlah penjualan. Penjualan hanya merupakan puncak gunung es dari pemasaran.

Peter Drucker mengemukakan bahwa, orang dapat mengasumsikan akan selalu ada kebutuhan penjualan. (Kotler dan Keller, 2012, hlm. 27). Akan tetapi pemasaran bukan untuk memperluas penjualan hingga kemana-mana. Tujuan pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk barang atau jasa itu cocok dengan pelanggan dan selanjutnya produk itulah yang menjual dirinya. Idealnya pemasaran hendaknya menghasilkan seorang pelanggan yang siap untuk membeli. Selanjutnya pebisnis hanyalah menyediakan produk barang atau jasa.

Bisnis rumah makan merupakan bisnis yang menyediakan bauran barang dan jasa. Pelanggan mengkonsumsi makanan dan minuman juga pelayanan. Jika merujuk pada jenis yang dipasarkan menurut Kotler, bisnis rumah makan memiliki bauran yang lebih luas yaitu barang, jasa, dan juga pengalaman. (Kotler, 2012, hlm. 27)

Sebagaimana pemasaran pada umumnya, pemasaran restoran juga mengikuti kaidah bauran pemasaran 4 P, Mc Carthy (Kotler dan Keller, 2012, hlm. 25) mengemukakan, yaitu : *Product, Price, Place, dan Promotion*. Variabel Produk meliputi : kualitas, keragaman, desain, ciri, nama merek, kemasan, ukuran, pelayanan, garansi, dan imbalan.

Selain bauran pemasaran produk, restoran juga mengikuti kaidah bauran pemasaran jasa seperti berikut: *price, promotion, physical evidence, people, product, process, place*.

Tingginya minat masyarakat akan kuliner serta persaingan yang ketat diantara pebisnis kuliner membuat penulis ingin mengetahui bagaimana sebuah restoran bisa bertahan dan bersaing. Mengapa ada yang lebih unggul dibandingkan yang lainnya. Sebaliknya mengapa yang lain tertinggal.

Untuk itu penulis perlu memilih jenis restoran yang akan diteliti dengan terlebih dahulu mencari tahu jenis restoran mana yang paling diminati konsumen. Berikut ini adalah pembagian jenis restoran berdasarkan sistem penyajiannya (Soekresno, 2000, hlm. 16-17).

1. Restoran formal, adalah industri jasa pelayanan makanan dan minuman yang di kelola secara komersial dan professional dengan pelayanan eksklusif. Contoh : *main dining room*.
2. Restoran informal, adalah industri jasa pelayanan makanan dan minuman yang di kelola secara komersial dan professional dengan mengutamakan kecepatan pelayanan, kepraktisan dan percepatan frekuensi yang silih berganti. Contoh : *café, coffee shop* dan *canteen*.
3. *Specialities* restoran, adalah jasa pelayanan makanan dan minuman yang di kelola secara komersial dan profesional dengan menyediakan makanan khas dan diikuti dengan penyajian yang khas dari suatu Negara tertentu. Contoh: *Japanese restaurant, chinese restaurant, european restorant*.

Dari ketiga jenis restoran di atas, *Specialities* restoran merupakan salah satu pilihan yang diminati banyak kalangan, selain bisa berkumpul dengan keluarga atau kerabat ini juga menjadi pilihan lain apabila mereka ingin menyantap makanan selain nasi namun tetap mengenyangkan.

Dari berbagai jenis *Specialities* restoran, di Kota Bandung yang paling menjamur sejak lama adalah *european restaurant* atau restoran yang menjual *steak*. Dalam penelitian ini, penulis memilih restoran *steak* karena banyak diminati kalangan mahasiswa dengan alasan harga terjangkau dan suasana yang nyaman untuk bersosialisasi. Pernyataan tersebut di kutip dari lets-love-indonesia.blogspot.co.id.

Berikut adalah 10 makanan mancanegara yang cukup populer di Kota Bandung, yang di publikasikan oleh duniakulinerbandung.com :

Tabel 1.3
Jenis makanan Mancanegara yang diminati di Kota Bandung

NO.	JENIS MAKANAN	NO.	JENIS MAKANAN
1	<i>Chinese Food</i>	6	<i>Japan food</i>
2	<i>Korean Food</i>	7	<i>Australian food</i>
3	<i>Thailand food</i>	8	<i>European food</i>
4	<i>Italian food</i>	9	Vietnamese
5	Timur tengah	10	Belanda

Sumber : duniakulinerbandung.com, 2016

Berdasarkan tabel 1.3 dapat dilihat bahwa *European food* menjadi salah satu makanan Mancanegara yang cukup di minati di Kota Bandung maka dari itu penulis ingin menjadikan restoran steak yang termasuk dalam *European food* sebagai tempat untuk penelitian.

Untuk memilih tempat penelitian, penulis melakukan survei kecil pra penelitian dengan membandingkan 3 buah restoran steak yaitu : *Suis Butcher Steak House*, *Abuba Steak*, dan *Karnivor Bandung*. 3 Restoran *Steak* ini dipilih berdasarkan 3 dari nama Restoran “*RECOMMENDED 10 STEAK BANDUNG*” yang di publikasikan melalui seputarinfokuliner.blogspot.co.id. Berikut adalah nama-nama Restoran *Steak* yang termasuk dalam “*RECOMMENDED 10 STEAK BANDUNG*” :

Tabel 1.4
Rekomendasi 10 Restoran Steak di Bandung

No.	Nama Restoran	Alamat Restoran
1	Waroeng Steak and Shake	1. Jln Taman Sari no. 54 Bandung 2. Jl. Dipatiukur no.63 Bandung 3. Jln Gatot Subroto no. 28 Bandung 4. Jln Lombok 9 no 55 Bandung 5. Jln Loadaya no 63 Burangrang, Llungkong, Bandung 6. Jl. Kopo cirangrang no 484 Bandung
2.	Suis Butcher	1. Jln Setiabudhi no 174 Bandung

Aryu Nazhara Sani, 2017

PENGARUH KUALITAS ATRIBUT RESTORAN TERHADAP CUSTOMER BEHAVIORAL INTENTIONS

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

		2. Jln ir H juanda no 61-63 Dago, Bandung 3. Jln RE Martadinata no 201 Bandung
3.	Abuba Steak	1. Jln Setiabudhi no 200 Bandung 2. Jln Prabu Dimuntur no. 12 Bandung
4.	Double steak	1. Jln Talaga bodas no 22, burangrang lengkong, Bandung
5.	Cikawao steak	1. Jln Cikawao no 41b, Bandung
6.	Steak Pasadena	1. Jln Sukamaju no 33 Bandung
7.	Karnivor	1. Jln Riau no127 Bandung
8.	Road Kafe	1. Jln Asia Afrika
9.	Steak Ranjang	1. Jln Dipatiukur no 68 Bandung
10.	Steak Roso	1. Jln Terusan Jakarta no 175, antapani, Bandung

Sumber : seputarinfokuliner.blogspot.co.id, 2015

Berdasarkan table 1.4 penulis memilih 3 dari 10 yang tercantum, pemilihan berdasarkan kesetaraan harga *steak* di setiap restoran. Berikut adalah harga *steak* di masing-masing restoran.

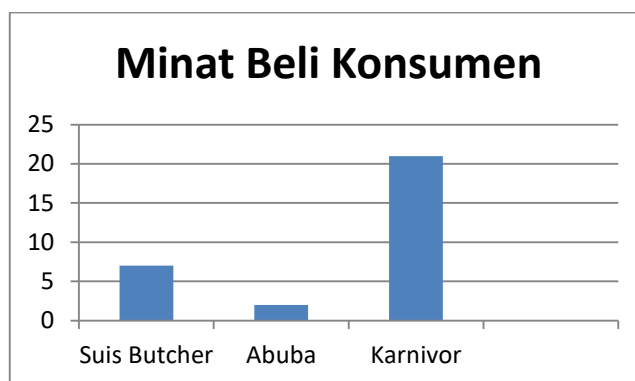
Tabel 1. 5
Daftar Harga Steak di Setiap Restoran

No.	Nama Restoran	Harga Steak
1	Double steak	Rp. 11.000 – Rp. 24.000
2.	Steak Roso	Rp. 13.000 – Rp. 22.500
3.	Waroeng Steak and Shake	Rp. 14.000 – Rp39.000
4.	Road Kafe	Rp. 15.000 – Rp. 25.000
5.	Steak Ranjang	Rp. 17.000 – Rp. 25.000
6.	Cikawao steak	Rp. 29.000 – Rp. 60.000
7.	Steak Pasadena	Rp. 31.000 – Rp 65.000
8.	Suis Butcher	Rp. 32.000 – Rp. 135.000
9.	Abuba Steak	Rp. 44.000 – Rp. 125.000
10.	Karnivor	Rp. 45.000 – Rp 149.000

Sumber : Daftar harga setiap Restoran , 2017

Berdasarkan harga *steak* dari rekomendasi 10 restoran steak di Bandung, dapat dilihat dari harga terendah hingga tertinggi. Penulis mengkrucutkan pilihan terhadap 3 restoran *steak* yang memiliki harga tertinggi. Harga *steak* tertinggi ada di restoran steak Karnivor, *Suis Butcher* dan *Abuba Steak*.

Untuk mengetahui mana restoran yang paling tepat untuk penelitian ini, penulis melakukan pra-penelitian. Berikut adalah data hasil dari pra penelitian kepada 30 responden yang disebarakan secara online melalui link *google drive* dan mayoritas yang mengisi kusioner adalah perempuan berumur 20-29 tahun yang berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa:



Gambar 1. 1
Hasil Pra-Penelitian Kepada 30 Responden

Sumber : Survei Pra-penelitian

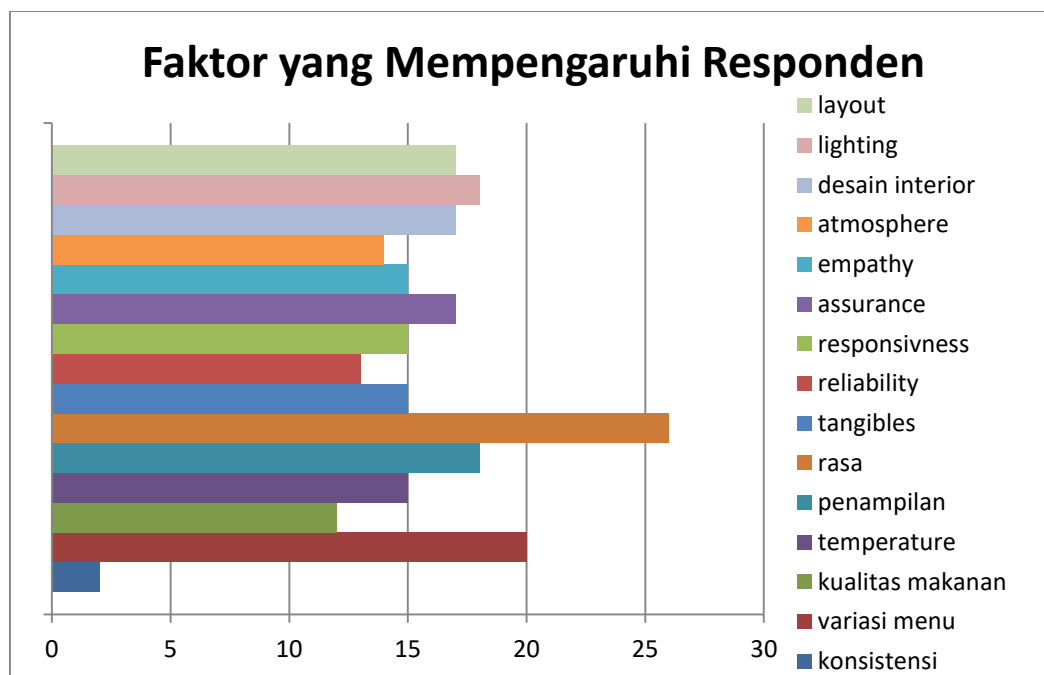
Hasil dari pra penelitian kepada 30 responden yang pernah mengunjungi restoran *steak* yang disebarakan yaitu restoran yang paling diminati untuk dikunjungi kembali adalah restoran Karnivor Bandung, sebanyak 70% (21 orang). Sedangkan sisanya 23,3% (7 orang) memilih *Suis Butcher Steak House* dan 6,67%(2 orang) memilih *Abuba Steak*. Alasan pemilihan tersebut secara berturut-turut dari yang terbanyak adalah : rasa, harga, tempat yang nyaman, porsi yang besar, tempat yang bersih, serta pelayanan yang bagus.

Menurut DiPietro (2011) makanan, pelayanan dan suasana merupakan 3 hal umum yang menurutnya paling penting dari kualitas atribut restoran. Hasil penelitian Dutta (2013), Perutkova (2010), Ryu (2010), Ryu dan Jang (2007) juga mendukung pernyataan bahwa makanan, pelayanan dan suasana merupakan kualitas atribut restoran.

InQu's (1997) mengungkapkan hasil penelitiannya bahwa dimensi untuk kualitas makanan meliputi konsistensi, variasi menu dan kualitas makanan sedangkan menurut Kivela (1999) dimensi kualitas makanan meliputi temperature, penampilan, variasi menu dan rasa. Untuk kualitas pelayanan memiliki dimensi *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, *assurance* dan *tangibles* (Bojanic dan Rosen, 1994; Cronin dan Taylor, 1994;

Lee dan Hing, 1995; Parasuraman, 1998). Menurut Kim (2007) dimensi untuk suasana ada 4 yaitu atmosphere, desain interior, lighting dan layout.

Dimensi yang sudah dijelaskan dari hasil penelitian terdahulu, akan dijadikan sebagai dimensi untuk penelitian ini. Berikut ini adalah data hasil pra-penelitian yang mempengaruhi keputusan responden untuk memilih lagi restoran *steak* tersebut :



Gambar 1.2

Faktor yang mempengaruhi minat beli responden

Sumber : Survei Pra-penelitian

Berdasarkan Gambar 1.2 terlihat bahwa konsistensi adalah dimensi yang paling terendah yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang ke restoran tersebut.

Berdasarkan Gambar 1.1 dan Gambar 1.2 hasil survei, tampak bahwa betapa pentingnya kualitas atribut restoran (kualitas produk, kualitas layanan, dan suasana) terhadap perilaku membeli konsumen di restoran *steak*.

Membandingkan tiga restoran steak dalam survei kecil pra penelitian tersebut, ada restoran yang paling diminati dan ada restoran yang paling tidak diminati. Mengapa salah satu restoran menjadi paling tidak diminati. Atribut restoran mana yang menyebabkan restoran itu menjadi tidak diminati. Hal inilah yang menarik perhatian penulis untuk mencari jawabannya dalam penelitian ini.

Dengan menggunakan atribut restoran yang muncul dalam survei kecil tersebut, maka penulis akan meneliti **“PENGARUH KUALITAS ATRIBUT RESTORAN TERHADAP *CUSTOMER BEHAVIORAL INTENTION*”**

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dibahas mengenai semakin banyaknya jumlah restoran dan semakin tingginya persaingan dimana ada yang banyak diminati dan ada yang paling tidak diminati berdasarkan hasil survei kecil, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah gambaran kualitas atribut restoran *abuba steak* menurut konsumen ?
2. Bagaimanakah gambaran *customer behavioral intention* di restoran *abuba steak* ?
3. Bagaimanakah pengaruh kualitas atribut restoran terhadap *customer behavioral intention* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian, maka tujuan penelitian ini

1. Memperoleh gambaran tentang kualitas atribut restoran menurut konsumen *abuba steak*
2. Memperoleh gambaran tentang *customer behavioral intention* di restoran *abuba steak*
3. Mengidentifikasi pengaruh kualitas atribut restoran terhadap *customer behavioral intention* di restoran *abuba steak*

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis:

Bagi akademis dan penulis lainnya, sebagai bahan perbandingan maupun sebagai sumbangan pemikiran dan informasi terhadap penelitian atribut restoran dan *customer behavioral intention*.

Bagi penulis menjadi pembelajaran dalam berpikir ilmiah dan menulis karya ilmiah.

2. Secara Praktis:

Bagi *Abuba Steak*, memberikan masukan terhadap perusahaan akan pentingnya kualitas atribut restoran terhadap *customer behavioral intention*. Perusahaan agar mempertahankan atribut yang kuat serta menguatkan atribut yang lemah agar

perusahaannya dapat terus bertahan dan sanggup bersaing dalam persaingan yang semakin ketat akibat meningkatnya jumlah restoran.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Penulisan ini terdiri dari lima bab. Uraian yang disajikan pada bab adalah sebagai berikut

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Struktur Organisasi Skripsi

BAB II : KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Pada bab ini berisikan mengenai teori-teori relevan yang dijadikan sebagai landasan dalam penelitian ini dan kerangka pemikiran dari penulis terhadap penelitian yang dilakukan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan metode-metode yang akan digunakan dalam penelitian, meliputi objek penelitian, metode dan desain penelitian, operasionalisasi variabel, jenis, sumber dan teknik pengumpulan data, populasi, sampel dan teknik sampling, instrument penelitian, analisis pengolahan data, dan hipotesis

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang pembahasan atas penelitian teori dan data yang didapat melalui survei atau observasi lapangan, kuesioner, dan studi literatur.

BAB V : KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

Pada bab ini menguraikan kesimpulan, implikasi dan saran dari penulis berdasarkan hasil dari penelitian terhadap hasil analisis temuan penelitian sekaligus mengajukan hal-hal penting yang dapat dimanfaatkan dari hasil penelitian.

