

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan dunia bisnis di Indonesia semakin ketat, setiap perusahaan bersaing untuk menarik pelanggan dan mempertahankan eksistensinya di pasar, tentunya diperlukan strategi khusus untuk menghadapi persaingan ini. Bisnis kuliner kini semakin hari semakin diminati dan menggeliat di seluruh negara, dengan melihat semakin banyaknya masyarakat yang gemar memburu jenis kuliner yang berbeda dari yang pernah ada sebelumnya..

Bisnis restoran di Indonesia memang tidak terlepas dari *trend* makanan dan minuman yang terus berkembang. Banyak para pelaku bisnis yang saat ini berlomba-lomba berbisnis dalam bidang kuliner yaitu dengan menciptakan dan memunculkan perbedaan atau keunikan dalam makanannya. Keanekaragaman kuliner menjadi salah satu kekayaan yang dimiliki oleh Indonesia. Restoran sendiri memiliki pengertian yang berasal dari kata “*restaurer*” yang berarti “*to restore*” atau restorasi, yang pengertian dalam Bahasa Indonesia adalah memperbaiki atau memulihkan (memulihkan kondisi seseorang dari suatu kondisi yang kurang baik untuk kembali ke kondisi sebelumnya). Dengan kata lain, restoran merupakan sebuah tempat yang menawarkan makanan dan minuman yang bertujuan untuk memulihkan kembali kondisi tubuh ke kondisi semula.

Kuliner yang ada di tanah air pun terus berkembang tidak hanya dari segi variasi dan keunikan cita rasa namun juga pemanfaatan teknologi dalam

memperluas jangkauan konsumen serta memberikan pengalaman lebih bagi konsumen saat mengeksplorasi kuliner di Indonesia. Hal ini menjadi peluang bagi para pelaku bisnis kuliner untuk bersaing dalam memenuhi kebutuhan atau hasrat para konsumen. Banyak dari para pelaku bisnis melakukan modifikasi olahan makanan ataupun minuman mulai dari olahan lama maupun yang baru menjadi cita rasa yang berbeda atau tampilan yang berbeda.

Banyak hal yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di sebuah restoran atau rumah makan. Salah satu faktor yang perlu diperhatikan yaitu menyesuaikan produk yang dikeluarkan oleh restoran atau rumah makan tersebut dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan begitu maka produk dapat bersaing di pasaran, sehingga menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan produk sebelum mengambil Keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan. Keunggulan-keunggulan dari produk dapat diketahui oleh konsumen dan bisa membuat konsumen tertarik untuk mencoba dan kemudian akan mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut.

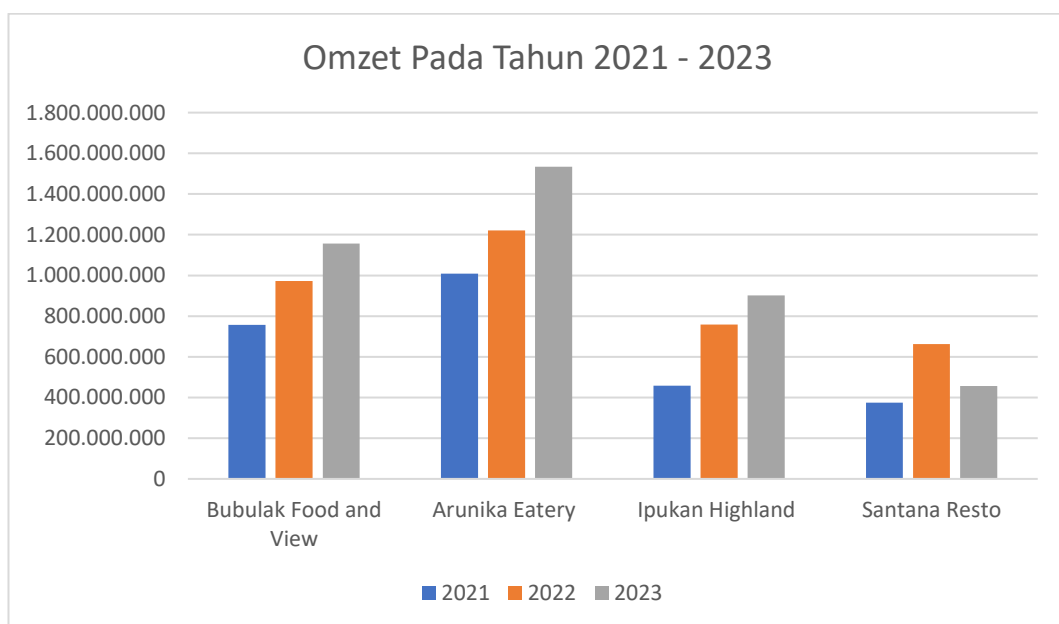
Dibawah ini penulis sajikan data Omzet pendapatan *restaurant* / rumah makan di Kecamatan Cigugur pada Tahun 2021 – 2023.

Tabel 1.1 Omzet Pendapatan Tahun 2021 - 2023

No	Nama	Pendapatan Tahun 2021	Pendapatan Tahun 2022	Pendapatan Tahun 2023
1.	Bubulak <i>Food and View</i>	29,11%	26,92%	28,56%
2.	Arunika <i>Eatery</i>	38,83%	33,78%	37,89%
3.	Ipukan <i>Highland</i>	17,64%	20,99%	22,28%
4.	Santana Resto	14,42%	18,32%	11,26%

Sumber : Hasil observasi peneliti

Dari tabel diatas ditunjukkan Kembali data Omzet pendapatan pada restoran/rumah makan yang digambarkan dengan diagram batang sebagai berikut

Gambar 1.1 Data Omzet

Sumber : Hasil observasi peneliti

Berdasarkan data tabel dan diagram Omzet pendapatan pada tahun 2021 – 2023 menunjukan bahwa pendapatan pada Santana Resto paling rendah

dibandingkan dengan ke 3 restoran/rumah makan lainnya, dan mengalami penurunan pada tahun 2023. Hal ini membuktikan bahwa penurunan tersebut disebabkan oleh beberapa faktor lain seperti kualitas pelayanan yang kurang baik, suasana tempat yang kurang nyaman dan variasi produk yang sedikit dibandingkan dengan restoran/rumah makan lainnya. Hal ini membuat konsumen lebih selektif dalam pengambilan keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil penelitian (Wahidatul Rofiah et al., 2023) menunjukkan bahwa pengaruh keragaman produk, kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian. *Store Atmosphere* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan hasil penelitian menurut (Lutfi & Irwanto, n.d.) menunjukkan bahwa Store Atmosphere dan Keragaman Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan menurut Fitriyana & Budiarti (2021) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan variabel *Store Atmosphere* dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan latar belakang dan fenomena di atas, maka penulis terdorong untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian”** Studi kasus pada Santana Resto Kuningan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah penelitian untuk mengetahui apakah :

1. Apakah *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, dan Keragaman Produk secara bersama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian ?
2. Bagaimana Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian ?
3. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian ?
4. Bagaimana Pengaruh Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere*, kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Santana Resto Kuningan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada Santana Resto Kuningan
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Santana Resto Kuningan
4. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Santana Resto Kuningsn

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Untuk mendapatkan data empiris terbaru dan sebagai bahan berfikir dalam pengembangan teori – teori selanjutnya mengenai keputusan pembelian

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai manajemen pemasaran khususnya mengenai *store atmosphere*, kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian. Peneliti juga berharap sebagai referensi yang nantinya dapat memberikan perbandingan dalam mengadakan penelitian pada masa yang akan datang.