

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Perkembangan industri makanan dan minuman di Indonesia semakin pesat. Sepanjang tahun 2016, pertumbuhan industri makanan dan minuman lebih stabil karena didorong oleh volume penjualan. Investasi di bidang ini pun diharapkan melewati Rp 50 triliun atau meningkat 16 persen dari tahun 2015 sebesar Rp43 triliun sehingga membuka peluang besar bagi industri bahan baku makanan dan minuman. Menurut Ir. Adhi S Lukman selaku Ketua Umum Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMMI) di Jakarta menerangkan dengan populasi mencapai lebih dari 250 juta orang, Indonesia merupakan pasar yang menguntungkan bagi produsen makanan dan minuman, serta industri pendampingnya Rabu (27/7/2016). Saat ini industri makanan dan minuman adalah sektor dengan kontribusi terbesar ekonomi Indonesia, yaitu 5,5 persen produk domestik bruto nasional dan 31 persen produk domestik bruto industri pengolahan nonmigas. Beliau juga mengungkapkan bahwa di Kuartal II 2016, Industri ini menunjukkan peningkatan signifikan, terutama dengan ekspektasi mencapai kenaikan 8 persen.

(Sumber: *Tribunnews.com*)

Rumah makan adalah istilah umum untuk menyebut usaha gastronomi yang menyajikan hidangan kepada masyarakat dan menyediakan tempat untuk menikmati hidangan itu serta menetapkan tarif tertentu untuk makanan dan pelayanannya. Walaupun umumnya rumah makan menyajikan makanan di tempat, tetapi ada juga rumah makan yang menyediakan layanan *take-out dining* dan *delivery service* untuk melayani konsumennya. Rumah makan biasanya memiliki spesialisasi dalam jenis makanan yang dihidangkannya, misalnya rumah makan *chinese food*, rumah makan *korean food*, rumah makan Padang, rumah makan cepat saji (*fast food restaurant*) dan sebagainya. Rumah makan di Indonesia disebut juga sebagai restoran. restoran merupakan kata resapan yang berasal dari bahasa Perancis yang diadaptasi oleh bahasa Inggris ; "*restaurant*"

yang berasal dari kata "*restaurer*" yang berarti "memulihkan"(Sumber: id.m.wikipedia.org/wiki).

Bisnis restoran di Kota Depok yang semakin tumbuh subur disebabkan karena perkembangan jumlah penduduk, daya beli masyarakat yang menunjukkan trend positif, dan gaya hidup yang senang makan diluar rumah. Pertumbuhan penduduk yang tercatat dalam Portal Resmi Pemerintahan Kota Depok dengan Jumlah penduduk di Kota Depok semester II tahun 2016 yang telah dikonsolidasikan dan dibersihkan oleh Kementerian Dalam Negeri mencapai 1.803.708 jiwa, terdiri atas laki-laki 913.359 jiwa (50,63%) dan perempuan 890.349 jiwa (49,36%), berdasarkan data tersebut maka semakin banyak pula kebutuhan pangan yang harus disediakan, sehingga pertumbuhan restoran di Kota Depok dari tahun ke tahun semakin meningkat.

Bisnis restoran dianggap cukup menjanjikan bagi para pebisnis yang ada di Kota Depok. Banyaknya segmentasi konsumen mulai dari anak sekolah, mahasiswa/i, bahkan sampai yang sudah bekerja merupakan target utama bagi para pebisnis restoran di Kota Depok. Alasannya beragam, ada yang datang untuk menikmati produk dari masing-masing restoran, atau hanya sekedar bersantai bersama teman-teman. Hal ini mengakibatkan pertumbuhan restoran atau kafe di Kota Depok semakin meningkat.

Semakin meningkatnya pertumbuhan restoran di Kota Depok maka semakin tinggi pula tingkat persaingan pada bisnis restoran yang berada di Kota Depok. Untuk menghadapi persaingan yang semakin meningkat, maka setiap restoran dituntut untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang diberikan serta menyesuaikan kualitas-kualitas tersebut dengan harga yang ditawarkan. Dalam hal ini dapat dilihat dengan banyaknya kemuculan restoran-restoran yang menganut budaya luar seperti *Korean Food*, *Japanese Food*, *Chinese Food* dan budaya luar lainnya. Seperti halnya di Kota Depok yang banyak berdiri restoran yang bernuansa Korea. Berikut adalah tabel peringkat restoran korea di Kota Depok :

Tabel 1. Peringkat Restoran Korea dari berbagai segi di Depok

Peringkat Restoran Korea di Kota Depok			
No	Popularitas	Penilaian	Biaya
1	Daebak Fan Café	Mujigae	Mujigae
2	Mujigae	Daebak Fan Cafe	Daebak Fan Cafe
3	Korea Cafe & Resto	Korea Cafe & Resto	Korea Cafe & Resto
4	Cafe Hello Bingsu	Lotteria	Lotteria
5	Lotteria	Cafe Hello Bingsu	Cafe Hello Bingsu

Sumber: www.zomato.com

Dari Tabel di atas, banyaknya restoran-restoran Korea di Kota Depok yang menyajikan berbagai makanan Korea yang berbeda-beda dengan ciri khas masing-masing restoran tersebut. Penelitian ini dilakukan di Daebak Fan Cafe, data menunjukkan bahwa Daebak Fan Cafe menempati peringkat yang paling unggul daripada pesaing-pesaingnya, hal tersebut dilihat dari segi popularitas restoran Korea di Kota Depok. Sama halnya dari segi penilaian dan biaya, Daebak Fan Cafe menempati posisi kedua dari para pesaingnya.

Daebak Fan Cafe merupakan sebuah restoran Korea yang didirikan oleh seorang pebisnis muda lulusan Fakultas Teknik Universitas Indonesia, Refaldo Fanter bersama ketiga rekannya. Daebak adalah restoran Korea pertama yang mengusung konsep *Fan Cafe* di Indonesia. Dengan kata lain Daebak adalah *The First Korean Fan Cafe in Indonesia*. Daebak pertama kali dibuka di Jalan Margonda Raya Depok tanggal 23 Februari 2013.

Konsep *Korean Fan Cafe* memiliki tujuan memberikan pengalaman tidak terlupakan bagi para pecinta Korea, baik kesukaannya karena kpop, drama, pariwisata, atau terlebih lagi karena kulinernya. Nuansa dan suasana Fan Cafe di Daebak begitu kuat terasa mulai dari desain, musik, rasa, makanan, aroma, serta warna. Daebak memiliki visi ingin menjadi rumah makan Korea terbesar di Indonesia, terkenal di dunia, dan mampu memberikan *Korean Experience* bagi setiap pelanggan. Daebak diharapkan dapat menjadi tempat berkumpul komunitas, pecinta Korea, dan siapa pun yang ingin merasakan pengalaman baru tentang Korea.

Ketatnya persaingan bisnis restoran Korea mengharuskan pihak manajemen Daebak Fan Cafe untuk selalu meningkatkan pelayanan secara maksimal yang diberikan kepada konsumen serta melakukan inovasi-inovasi baru pada produk-

produk yang disajikan guna untuk meningkatkan kualitas produk dan sesuai dengan harga yang ditetapkan, hal tersebut dilakukan manajemen Daebak Fan Cafe dalam menarik konsumen untuk dapat memenuhi kepuasan konsumen dan berharap konsumen akan melakukan pembelian secara berulang dimasa yang akan datang. Namun di tengah popularitas Daebak Fan Cafe yang unggul sebagai restoran Korea di Kota Depok, terjadi penurunan yang cukup drastis baik dari segi pelanggan maupun dari segi penjualan, hal tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Laporan Pertumbuhan Penjualan & Pelanggan Daebak Fan Cafe

Tahun	Laporan Pertumbuhan per tahun	
	Pertumbuhan Penjualan	Pertumbuhan Pelanggan
2013	Rp1.830.000.000	30.500 orang
2014	Rp1.900.000.000	31.667 orang
2015	Rp1.850.000.000	30.833 orang
2016	Rp1.786.000.000	29.766 orang

Sumber: Daebak Fan Cafe

Tabel di atas merupakan tabel laporan pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan pelanggan di Daebak Fan Cafe, dimana terlihat jelas bahwa pada tahun 2013 sampai tahun 2014 Daebak Fan Cafe mengalami peningkatan pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan pelanggan, namun pada tahun 2014 sampai tahun 2015 Daebak Fan Cafe mengalami penurunan pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan pelanggan. Sama halnya pada tahun 2015 sampai tahun 2016 Daebak Fan Cafe kembali mengalami penurunan baik dari penjualan maupun pelanggan yang cukup drastis. Hal ini dapat menjadi indikasi menurunnya minat beli ulang pada Daebak Fan Cafe.

Berikut ini beberapa hasil penelitian terdahulu tentang kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap minat beli ulang:

Triastusi dan Ferdinand (2012) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Faradisa Dkk (2016) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli ulang. Pradini (2012) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Adixio dan Saleh

(2013) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan.

Serupa dengan penelitian di atas Faradiba dan Astuti (2015) menyatakan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap minat beli ulang. Handono Dkk (2015) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Vinda (2015) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang serta terdapat pengaruh secara bersama-sama antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat beli ulang.

Berlawanan dari beberapa peneliti diatas, Kusuma (2013) menyatakan bahwa *price* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Irawan Dkk (2015) pada penelitiannya menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara produk terhadap minat beli ulang. Pada penelitian Rizqulloh, Elida (2015) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Dan penelitian Vinda (2015) menyatakan pula bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang.

Dari penelitian diatas, beberapa peneliti memperoleh temuan yang bervariasi. Sebagian peneliti menyatakan hasil yang signifikan antara kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang. Namun beberapa peneliti lain menyatakan hasil yang berlawanan dalam penelitiannya, dimana peneliti tersebut menyatakan hasil yang tidak signifikan antara kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang.

Berdasarkan fenomena dan penelitian terdahulu di atas maka peneliti tertarik untuk mengangkat fenomena tersebut sebagai topik penelitian dengan judul “Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Restoran Daebak Fan Café di Kota Depok)”.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang?

- b. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan?
- c. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang?
- d. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan?
- e. Apakah Harga berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang?
- f. Apakah Harga berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan?

I.3 Tujuan Penelitian

Untuk membuktikan Minat Beli Ulang Daebak Fan Cafe di Kota Depok berkaitan dengan Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga.

I.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penulisan di atas, manfaat penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat menjadi bahan informasi dan pengayaan bagi pengembangan khasanah ilmu pengetahuan pada bagian manajemen pemasaran khususnya mengenai *Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan.*

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini secara praktis diharapkan dapat menjadi suatu panduan /rekomendasi bagi manajemen yang menjalankan bisnisnya. Serta dapat menyumbangkan pemikiran terhadap pemecahan masalah terutama yang berkaitan dengan Minat Beli Ulang. Terutama yang berhubungan dengan objek penelitian pemasaran yang berbasis industri makanan.