

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Pertumbuhan dan perkembangan perekonomian dalam era globalisasi dewasa ini sangat sulit ditebak, ini disebabkan oleh perubahan dalam bidang ekonomi, sosial dan budaya. Di samping itu, perkembangan perekonomian juga mengakibatkan timbulnya perusahaan-perusahaan baru, yang pada akhirnya meningkatkan persaingan antar perusahaan dan menjadi tantangan bagi perusahaan untuk memenangkan persaingan dalam meningkatkan penjualan. Seperti halnya perkembangan pada perusahaan sektor makanan, dimana pada era globalisasi saat ini sudah banyak perusahaan yang mengadopsi gaya hidup luar negeri yaitu makanan *fast food* atau biasa disebut makanan siap saji untuk meningkatkan daya saing perusahaan dalam negeri.

Perubahan pola konsumsi masyarakat yang beraneka ragam memunculkan konsep penyajian makanan yang praktis atau siap saji. Peluang usaha ini di manfaatkan oleh banyak pemilik modal dalam industri restoran *fast food* untuk meraup keuntungan yang berlipat ganda. Salah satu restoran siap saji yang juga memanfaatkan peluang tersebut yaitu restoran siap saji Hoka-Hoka Bento.

Menghadapi persaingan yang semakin ketat membuat banyak pengusaha bidang *fast food* terutama Hoka-Hoka Bento melakukan usaha lebih keras untuk bisa tetap bersaing dengan pengusaha *fast food* lainnya. Namun, salah satu masalah paling penting dan sulit untuk dipelajari adalah memahami perilaku konsumen terhadap kualitas toko, kualitas produk dan kualitas pelayanan. Selain itu pihak Hoka-Hoka Bento harus mengetahui karakteristik konsumen secara umum, hal ini bermanfaat bagi Hoka-Hoka Bento untuk bisa memahami perilaku konsumen terhadap suasana toko, kualitas produk dan kualitas pelayanan pada wilayah usaha terutama di Hoka-Hoka Bento Cinere Mall Depok.

Dengan perkembangan era globalisasi membuat permintaan terhadap makanan cepat saji semakin meningkat, ini merupakan peluang bisnis bagi pengusaha makanan cepat saji untuk menghadapi persaingan yang tinggi maka

diperlukan keunggulan dalam bersaing. Berbagai upaya dilakukan Hoka-Hoka Bento dalam rangka mempertahankan minat beli konsumen di antaranya adalah suasana toko, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang dimiliki restoran tersebut.

Perkembangan di beberapa kota seperti kota Jakarta, Bandung, Surabaya dan termasuk juga kota di pinggiran Jakarta yaitu kota Depok. Kemajuan kota Depok sebagai daerah perdagangan dan jasa menempatkan masyarakat di wilayah kota Depok menjadi sangat konsumtif. Masyarakat yang konsumtif di kota Depok membuat para pengusaha *fast food* tertarik membangun restoran-restoran di kawasan Depok. Pesatnya pertumbuhan restoran cepat saji di Depok tak lepas dari jumlah populasi penduduk dengan gaya hidup yang terus meningkat. Kemunculan restoran cepat saji sejenis akan menjadi pesaing Hoka-Hoka Bento untuk meningkatkan penjualan, beberapa restoran tersebut antara lain adalah KFC, McDonald's, A&W dan CFC. Gambar persaingan tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 1. Top Brand Award Kategori Retail 2014-2016

MERЕК	TBI2014	TOP	MERЕК	TBI2015	TOP	MERЕК	TBI2016	TOP
KFC	60.9%	TOP	KFC	59.3%	TOP	KFC	63.9%	TOP
MCD	17.5%	TOP	MCD	17.5%	TOP	MCD	18.6%	TOP
A&W	6.7%		A&W	7.1%		A&W	2.6%	
Hoka-Hoka Bento	5.1%		Hoka-Hoka Bento	4.1%		Hoka-Hoka Bento	2.5%	
CFC	2.1%	-	-	-	-	CFC	2.0%	

Sumber data: [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)

Dari data tabel 1, dapat dilihat bahwa pada tahun 2014 Hoka-Hoka Bento memiliki persentase indeks pada posisi ke empat yaitu 5.1%, lalu pada tahun 2015 Hoka-Hoka Bento juga masih berada di posisi yang sama dari tahun sebelumnya tetapi mengalami penurunan dalam persentase indeks menjadi 4.1%, lalu pada tahun 2016 persentase indeks Hoka-Hoka Bento terus mengalami penurunan menjadi 2.5%, dan dapat disimpulkan bahwa penjualan Hoka-Hoka Bento mengalami penurunan pada tahun 2014 hingga 2016.

Menurut data yang digambarkan oleh Top Brand Award membuat peneliti ingin mengetahui apakah benar Hoka-Hoka Bento memang mengalami penurunan penjualan dengan melakukan serangkaian wawancara sederhana oleh narasumber Ibu Sumiyati sebagai Supervisor Hoka-Hoka Bento cabang Cinere.

Hasil wawancara didapatkan bahwa adanya penurunan penjualan berturut-turut dari tahun 2013 ke 2014 sekitar 62% lalu dari 2014 ke 2015 sekitar 51% dan dari tahun 2015 ke 2016 sekitar 38%. Penurunan kali ini diakui oleh Ibu Sumiyati menurunkan profit Hoka-Hoka Bento pada tahun berjalan cukup signifikan. A

“Penurunan kali ini dirasakan sangat berdampak pada profit kita, dikhawatirkan para pesaing baru yang menawarkan produk yang sama dengan kita namun dengan harga yang lebih murah atau kualitas yang lebih baik menjadi penyebab terbesar penurunan omzet kita selama tiga tahun ini” (Sumiyati, 42).

Keadaan ini membuat pihak manajemen melakukan beberapa cara untuk meningkatkan kembali penjualan Hoka-Hoka Bento, “Kami pihak manajemen sudah mempunyai beberapa cara untuk mensiasati penurunan ini, salah satu nya dengan meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang kita berikan baik pada aspek pelayanan pada customer secara langsung atau dari kualitas produk yang kita tawarkan, dengan adanya peningkatan pada aspek tersebut kita sangat mengharapkan dapat segera memperbaiki keadaan restoran” (Sumiyati, 42).

Melalui data Tabel Top Brand Award dan juga didukung oleh hasil wawancara langsung yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa restoran siap saji Hoka-Hoka Bento memang betul sedang mengalami penurunan penjualan dalam kurun waktu tiga tahun berturut-turut sehingga menarik perhatian peneliti untuk menjadikan Hoka-Hoka Bento sebagai lokus pada penelitian kali ini.

Berikut ini hasil penelitian terdahulu tentang suasana toko, kualitas produk dan kualitas pelayanan dari berbagai bisnis restoran sebagai berikut:

Menurut Resti Meldarianda & Henky Lisan S (Bandung, 2010) pada penelitian nya yang berjudul “Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada *Resort Cafe Atmosphere* Bandung” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa *layout internal* berpengaruh secara signifikan terhadap minat

beli sedangkan *layout eksternal* dan *desain eksterior* berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli.

Lalu menurut Budi Utomo & Dr.Hartono Subagio (Surabaya, 2014) pada penelitiannya yang berjudul “Analisa Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan *Store Atmosphere* Terhadap Minat Beli di *Dream Of Khayangan Art Resto* Surabaya” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa *product*, *service quality*, *harga* dan *store atmosphere* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli.

Sedangkan menurut Chandra Dewi (Surakarta, 2014) pada penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Minat Beli Konsumen di Rumah Makan Boga-Bogi Surakarta”.

Juga menurut David Kristianto & Ariella Cornelia Anggono (Surabaya, 2014) pada penelitiannya yang berjudul “Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran (Promosi, Produk, Harga, dan Lokasi) Terhadap Minat Beli Konsumen di Pizza Hut Carrefour Kalirungkut Surabaya” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa *promosi*, *harga*, dan *lokasi* berpengaruh secara signifikan terhadap *minat beli* dan *produk* berpengaruh tidak signifikan terhadap *minat beli*.

Lalu menurut Widayat (Surabaya, 2015) pada penelitiannya yang berjudul “Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Word of Mouth* Terhadap Minat Beli Konsumen” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa *store atmosphere* dan *word of mouth* berpengaruh secara signifikan terhadap *minat beli*.

Lalu menurut Hussain & Ali (Pakistan, 2015) pada penelitiannya yang berjudul “*Effect of Store Atmosphere on Consumer Purchase Intention*” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa *cleanliness*, *scent*, *lighting*, *display* berpengaruh secara signifikan terhadap *minat beli* dan *music*, *color* berpengaruh secara tidak signifikan terhadap *minat beli*.

Dan menurut Tifani Magfiroh (Surabaya, 2015) pada penelitiannya yang berjudul “Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Location* Terhadap Minat Beli Dim Sum di Surabaya” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa *instore atmosphere*, *outstore atmosphere* dan *lokasi toko* berpengaruh secara signifikan terhadap *minat beli*.

dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli, berdasarkan fenomena dan terdapatnya hasil penelitian terdahulu sehingga peneliti ingin meneliti kembali dengan judul **“MINAT BELI HOKA-HOKA BENTO (Studi Pada Hoka-Hoka Bento Di Cinere Mall Depok)”**

## **I.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan oleh penulis sebelumnya, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh antara suasana toko terhadap minat beli konsumen Hoka-Hoka Bento Cinere Mall Depok?
- b. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap minat beli konsumen Hoka-Hoka Bento Cinere Mall Depok?
- c. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen Hoka-Hoka Bento Cinere Mall Depok?

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk membuktikan pengaruh suasana toko terhadap minat beli konsumen Hoka-Hoka Bento Cinere Mall Depok.
- b. Untuk membuktikan pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen Hoka-Hoka Bento Cinere Mall Depok
- c. Untuk membuktikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen Hoka-Hoka Bento Cinere Mall Depok.

## **I.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak antara lain adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Sebagai sumber pengetahuan dan pengalaman yang dapat menambah wawasan dalam pengembangan ilmu pengetahuan bidang manajemen pemasaran khususnya mengenai pengaruh suasana toko, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli. Penelitian ini juga diharapkan menjadi bahan perbandingan bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan penelitian mengenai minat beli yang akan datang serta memperluas teman-teman mahasiswa/mahasiswi lainnya.

b. Manfaat Praktis

Sebagai bahan masukan bagi dunia industri *fast food* untuk merancang strategi suasana toko, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen Hoka-Hoka Bento.

