

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi serta keadaan ekonomi yang semakin membaik dapat menyebabkan perubahan di berbagai bidang kehidupan, salah satunya yaitu bidang usaha atau bisnis. Para pelaku usaha di tiap kategori bisnis, dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama (Kotler, 2005). Salah satu usaha yang sedang berkembang pesat saat ini adalah usaha di bidang kuliner. Usaha di bidang kuliner adalah usaha yang menawarkan berbagai macam produk makanan dan minuman yang merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia.

Bidang kuliner memiliki perkembangan yang baik dari sisi pertumbuhan bisnis, sehingga mampu menarik orang untuk membuka usaha di bidang kuliner. Hal ini ditandai dengan jumlah pelaku atau unit usaha kuliner di Indonesia berdasarkan data Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Tahun 2016 mencapai 5,55 juta unit atau 67,66% dari total 8,20 juta usaha ekonomi kreatif.

Banyaknya jumlah usaha bidang kuliner menyebabkan terjadinya persaingan yang tidak sempurna, karena walaupun beberapa usaha kuliner menghasilkan produk yang serupa namun pada dasarnya setiap usaha memiliki perbedaan dalam beberapa aspek, seperti rasa makanan dan juga adanya perbedaan selera dari konsumen dalam memilih produk kuliner yang menjadikan beberapa produk

serupa tidak akan bersaing secara langsung di pasar (Lazuardi & Triady, 2016). Sehingga para pelaku atau unit usaha kuliner harus mempunyai strategi pemasaran yang tepat serta menciptakan suatu diferensiasi unik dan *positioning* yang jelas sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumennya.

Semakin meningkatnya bisnis kuliner ini, dapat diprediksi bahwa persaingan bisnis dalam kategori makanan dan minuman (*food service*) semakin sengit. Hal ini menjadi ancaman sekaligus motivasi bagi para pelaku bisnis kuliner agar mampu bersaing dan mempertahankan produk yang mereka produksi. Untuk dapat menjaga posisinya dan bertahan, perusahaan harus memahami karakteristik konsumen mereka dan memahami bagaimana minat beli ulang konsumen dalam memutuskan pembelian yang berujung kepada kepuasan dan loyalitas konsumen. Minat beli ulang konsumen sangatlah penting bagi perusahaan yang ingin memperpanjang kelangsungan hidup usahanya serta menuai keberhasilan usahanya dalam bentuk keuntungan jangka panjang karena mempertahankan pelanggan yang ada umumnya akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan pergantian pelanggan karena biaya untuk menarik pelanggan baru bisa lima kali lipat dari biaya mempertahankan seorang pelanggan yang sudah ada (Kotler, 2001).

Perkembangan bisnis makanan cepat saji sering dikaitkan dengan kesibukan masyarakat yang semakin meningkat sehingga para pekerja dan masyarakat yang sibuk beraktivitas seharian akan lebih memilih sesuatu yang instan dalam memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Adanya pelajar pendatang di kota Yogyakarta yang hidup secara mandiri dan lebih memilih membeli makanan

instan dibandingkan memasak sendiri menjadi salah satu peluang bisnis kuliner. Terlebih lagi, mahasiswa yang berada di DIY bukan seluruhnya orang asli Yogyakarta sehingga menjadi peluang sasaran bisnis kuliner. Selain itu, adanya perkembangan di sektor pariwisata yang membutuhkan berbagai olahan kuliner untuk menambah daya tarik kunjungan wisatawan dan menyebabkan para pengusaha tertarik untuk berinvestasi pada bisnis kuliner.

Perkembangan usaha di bidang kuliner juga ditandai dengan semakin meningkatnya pengetahuan konsumen tentang dunia kuliner sehingga menyebabkan perubahan pola konsumsi konsumen terhadap selera makanan yang beragam dan berjenis dan juga dapat mempengaruhi timbulnya tuntutan pemenuhan kebutuhan pangan yang berkualitas, harga yang terjangkau, dan praktis. Produk makanan dan minuman mulai menjadi bagian dari gaya hidup baru beberapa kalangan masyarakat dan berubah menjadi sebuah industri kuliner yang tidak hanya memenuhi kebutuhan pokok manusia, namun juga memenuhi kebutuhan lainnya seperti kebutuhan bersosialisasi maupun mengaktualisasikan diri.

Pada saat ini industri pangan atau dunia kuliner semakin berkembang yang ditandai dengan menjamurnya berbagai rumah makan *fast food* di kota-kota besar. Perkembangan di dunia kuliner juga ditandai dengan semakin meningkatnya pengetahuan konsumen tentang dunia kuliner yang tidak hanya menghasilkan produk, tetapi juga memberikan pelayanan dari produk yang dihasilkan.

Kualitas produk dan kualitas pelayanan menjadi hal mendasar yang harus terpenuhi dalam bisnis kuliner. Selain itu, kepraktisan dalam bidang kuliner juga

menjadi tuntutan utama masyarakat perkotaan saat ini. Kota Yogyakarta yang masyarakatnya memiliki mobilitas tinggi membutuhkan kepraktisan ini, salah satunya kepraktisan dalam memenuhi kebutuhan hidup. Hal ini dilihat oleh para pelaku bisnis dan muncullah usaha dengan konsep *food court* (Kotler, 2008).

*Food court* adalah salah satu area yang biasanya berada di dalam area sebuah gedung atau bangunan yang mana terdapat fasilitas konter yang menyediakan berbagai macam makanan dan minuman dengan cara melayani diri sendiri untuk memesan makanan. *Food court* biasanya berada satu tempat dengan pusat perbelanjaan dan instansi-instansi pendidikan. Usaha *food court* dewasa ini sedang menjamur dan memiliki prospek yang bagus untuk dijalani karena melihat kebutuhan pasar atas tempat makan yang nyaman, dekat dengan lokasi belanja, dan sajian makanan yang enak dan murah. Persaingan dalam usaha *food court* relatif sangat tinggi mengingat menu yang hampir sejenis. Hal ini memacu pelaku usaha *food court* untuk memberikan penyajian yang lebih baik dan tidak kalah dibandingkan lainnya.

Jogja Paradise Food Court merupakan salah satu food court terbesar di Kota Yogyakarta. Jogja Paradise Food Court terletak di Jalan Magelang Km. 6, Kutu Tegal, Sinduadi, Mlati, Kabupaten Sleman dekat dengan Terminal Jombor yang merupakan salah satu pintu masuk menuju Kota Jogja. Lokasinya yang berada di jalur utama dari Semarang dan Magelang membuat Jogja Paradise Food Court bisa sangat mudah ditemukan. Jogja Paradise Food Court didirikan pada Tahun 2012 dan menempati tanah seluas kurang lebih 5.450 m<sup>2</sup> dengan luas bangunan 1.309 m<sup>2</sup> lengkap dengan sebuah taman hijau yang asri ditengahnya. Jogja

Paradise Food Court memiliki kurang lebih 20 tenant kuliner yang terdiri dari dua area tenant. Ada area bersama yang terdiri dari 14 tenant-tenant kecil dan 6 tenant independen yang memiliki area tersendiri. Menu yang disajikan pun sangat variatif terdiri dari menu mancanegara yaitu *western, chinese, thai, korean*, hingga *japanese* dan menu makanan lokal yang sesuai dengan karakteristik konsumen. Namun, tidak semua tenant beroperasi atau berjualan, ada beberapa tenant yang tutup sehingga, menu yang ditawarkan pada daftar menu tidak semuanya tersedia.

Jogja Paradise Food Court memiliki konsep *family food court* dengan tujuan ketika konsumen datang berkunjung, tidak hanya menikmati hidangan saja, tetapi juga dapat berwisata kuliner dan dapat dengan nyaman menikmati suasana yang diberikan di Jogja Paradise Food Court. Fasilitas yang disediakan di Jogja Paradise Food Court cukup lengkap yaitu tempat parkir yang luas yang terdiri dari tempat parkir yang berada di depan food court dan tempat parkir yang ada di dalam food court serta tanpa biaya parkir; di tengah food court terdapat taman yang bisa digunakan untuk bermain, gazebo, play ground indoor dan outdoor, *stage* untuk *live music*, tersedia *wifi* gratis, toilet, mushola, dan ruang *meeting*. Dengan semua fasilitas dan kelengkapan menu hidangan yang ditawarkan di Jogja Paradise Food Court, diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan mempertahankan usaha kuliner yang semakin berkembang.

Food court pada umumnya berada satu tempat dengan pusat-pusat perbelanjaan dan instansi-instansi pendidikan sehingga konsumennya sudah ada dan dapat langsung berkunjung ke food court serta memiliki peluang dalam melakukan pembelian ulang. Jogja Paradise Food Court adalah salah satu food

court yang berdiri sendiri sehingga konsumen akan secara insidental saat berkunjung dan jumlahnya pun masih belum bisa dipastikan.

Kesuksesan suatu usaha *food court* sangat dipengaruhi oleh kualitas makanan dan pelayanan yang diberikan oleh *food court* tersebut. Hal ini menjadi penting karena inti dari bisnis ini adalah penawaran campuran (*hybrid*) yaitu barang dan jasa (Kotler, 2003). Barang yang dimaksud adalah makanan dan minuman yang ditawarkan, sedangkan jasa yang dimaksud adalah pelayanan yang diberikan. Namun, pelayanan yang diberikan di Jogja Paradise Food Court masih kurang maksimal dibuktikan saat konsumen datang berkunjung, karyawan tidak langsung mendatangi konsumen untuk membantu proses pemesanan serta ada salah satu fasilitas yang tidak berfungsi dengan baik yaitu jaringan internet (*wifi*). Maka diperlukan manajemen makanan dan layanan yang baik serta terintegrasi agar *food court* bisa sukses. Selain itu, kualitas produk dan kualitas pelayanan menjadi dasar penilaian konsumen terhadap suatu usaha dan menentukan keputusan pembelian ulang konsumen.

Oleh karena itu, penulis ingin meneliti pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kecenderungan keputusan pembelian ulang. Penulis menuangkannya dalam skripsi dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kecenderungan Keputusan Pembelian Ulang Konsumen di Jogja Paradise Food Court.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, terdapat beberapa masalah yang muncul dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut.

1. Usaha kuliner semakin banyak dan berkembang menyebabkan terjadinya persaingan yang tidak sempurna karena hampir menghasilkan produk yang serupa sehingga menjadikan beberapa produk yang serupa tidak akan bersaing secara langsung di pasar.
2. Semakin meningkatnya pengetahuan konsumen tentang dunia kuliner sehingga timbulnya tuntutan pemenuhan kebutuhan pangan yang berkualitas, harga yang terjangkau, dan praktis.
3. Menu yang ditawarkan pada daftar menu tidak semuanya tersedia.
4. Jogja Paradise Food Court adalah food court yang berdiri sendiri sehingga konsumen yang berkunjung belum bisa diperkirakan.
5. Pelayanan pemesanan makanan masih kurang maksimal.
6. Ada salah satu fasilitas yang tidak berfungsi dengan baik.

### **C. Batasan Masalah**

Untuk menghindari terjadinya penyimpangan dan penelitian tetap tertuju pada masalah, maka penelitian ini dibatasi pada permasalahan yang diangkat dalam latar belakang dan identifikasi masalah yaitu pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kecenderungan keputusan pembelian ulang konsumen di Jogja Paradise Food Court serta lokasi penelitian pada 14 tenant-tenant food court atau area bersama.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah di atas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana kualitas produk di Jogja Paradise Food Court?

2. Bagaimana pelayanan di Jogja Paradise Food Court?
3. Bagaimana kecenderungan keputusan pembelian ulang konsumen di Jogja Paradise Food Court?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kecenderungan keputusan pembelian ulang konsumen di Jogja Paradise Food Court?
5. Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap kecenderungan keputusan pembelian ulang konsumen di Jogja Paradise Food Court?
6. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kecenderungan keputusan pembelian ulang konsumen di Jogja Paradise Food Court?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui kualitas produk di Jogja Paradise Food Court.
2. Mengetahui pelayanan di Jogja Paradise Food Court.
3. Mengetahui kecenderungan keputusan pembelian ulang konsumen di Jogja Paradise Food Court.
4. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kecenderungan keputusan pembelian ulang konsumen di Jogja Paradise Food Court.
5. Mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kecenderungan keputusan pembelian ulang konsumen di Jogja Paradise Food Court.
6. Mengetahui pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kecenderungan keputusan pembelian ulang konsumen di Jogja Paradise Food Court.



## **F. Manfaat Penelitian**

Melalui kegiatan penelitian yang dilakukan, maka manfaat penelitian dari studi ini antara lain:

### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Manfaat teoritis penelitian ini adalah hasil penelitian diharapkan dapat menghasilkan konsep mengenai keputusan pembelian ulang konsumen ditinjau dari kualitas produk dan pelayanan makanan di Jogja Paradise Food Court.
- b. Menambah khasanah ilmu tentang kualitas produk dan pelayanan makanan di Jogja Paradise Food Court.

### **2. Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dalam penelitian ini meliputi manfaat bagi pemerintah dan masyarakat luas, yaitu sebagai berikut.

#### **a. Bagi Pemerintah**

Sebagai sumbang saran kepada pihak-pihak tertentu dalam pengambilan kebijakan terkait pengembangan usaha kuliner di Yogyakarta pada umumnya, dan di Jogja Paradise Food Court pada khususnya.

#### **b. Bagi Peneliti**

Penelitian ini bermanfaat menambah pengetahuan tentang faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian ulang konsumen ditinjau dari kualitas produk dan pelayanan, serta menerapkan teori dan konsep yang telah dipelajari selama kuliah.