

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis makanan dan minuman di Indonesia yang semakin berkembang pesat, sehingga bisnis makanan dan minuman menjadi salah satu sektor manufaktur di Indonesia (Reza Bangun Mahardika 2018:9). Terdapat dalam situs wartawirusaha.com(2013) Bisnis kuliner merupakan bisnis yang tak lekang oleh zaman karena setiap harinya setiap orang memerlukan kebutuhan makanan untuk bertahan hidup. Hal tersebut di dasarkan makanan merupakan kebutuhan primer dalam pemenuhan kebutuhan hidup, sehingga bisnis kuliner memiliki potensi yang sangat kuat untuk terus berkembang.

Oleh sebab itu, perkembangan usaha di bidang kuliner sering kali menyebabkan mobilitas masyarakat semakin banyak sehingga masyarakat menghabiskan waktunya diluar rumah. Seiring berkembangnya zaman, hampir setiap orang memiliki kecenderungan untuk membeli makanan (siap saji) karena praktis, harga ekonomis dan pemenuhan gaya hidup (*prestige*), (Nyimas,dkk.,2014:94). Perkembangan yang semakin ketat juga di dorong dengan kebutuhan masyarakat yang semakin bertambah, hal itu yang membuat para pelaku bisnis kuliner untuk dapat saling brlomba membangun bisnis.

Perkembangannya, kelangsungan hidup dan pertumbuhan suatu bisnis kuliner tidak hanya memenuhi kebutuhan fisik (lapar dan haus), melainkan untuk memenuhi kebutuhan social dan budaya. Oleh sebab itu, saat ini bisnis kuliner seperti restoran sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat dan sudah menjadi tempat pemenuhan gaya hidup.

Menurut Adith Raharjo (2008:5), usaha restoran merupakan salah satu usaha yang diidamkan oleh banyak orang. Oleh karena itu, seiring perkembangan tren saat ini, bisnis ini menjadi bisnis yang diminati oleh para calon pengusaha. Selain menjadi bisnis yang diminati oleh pengusaha, bisnis ini juga termasuk bisnis yang mempunyai dampak besar pada citra kekayaan kuliner yang ada Indonesia sehingga mampu menarik para wisatawan datang ke Indonesia (Elvinarossa, 2016:15).

Menurut Elvinarossa (2016:15), dari hari ke hari, perkembangan bisnis restoran di Indonesia semakin maju. Bahkan hal ini menyebabkan jumlah restoran mengalami peningkatan salah satunya di kota Pangkalpinang, Provinsi Bangka Belitung yang merupakan provinsi penambang timah menuju kepariwisataan. Hal ini menyebabkan pengembangan pada sektor pariwisata salah satunya wisata kuliner, yang mana sector wisata kuliner yang ada di Bangka Belitung menjadi peluang baru seperti contoh macamnya restoran. Peluang inilah yang dimanfaatkan para pelaku usaha di Bangka Belitung khususnya di Kota Pangkalpinang. Berdasarkan data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pangkalpinang (2015:281), terdapat 61 jenis tempat makanan yang ada di Kota

Pangkalpinang termasuk jenis rumah makan Restoran seafood, rumah makan jenis khas padang, rumah makan jenis khas Bangka, dan jenis makanan fast food.

Tabel I.1 Berikut ini daftar nama tempat makanan di Provinsi Bangka Belitung Kota Pangkalpinang

No	Jenis Rumah Makan	Jumlah
1.	Rm. Khas Padang	28
2.	Rm. Khas Bangka	6
3.	Fast Food	20
4.	Restaurant Seafood	7
Total		61

Sumber : BPS Prov. Kep. Bangka Belitung 2014, Website Dinas Pariwisata Provinsi (visitbangkabelitung.com).

Tabel I.2 Berikut ini daftar jenis makanan seafood yang ada di Provinsi Bangka Belitung Kota Pangkalpinang

No	Nama restaurant	Alamat	Total Pendapatan Tahun 2017
1.	Tan Kasteel Restaurant & Lounge	Jl. Ahmad Yani No.187, Pangkalpinang, Batin Tikal, Taman Sari Kota Pangkal Pinang.	Rp.1.114.893.000,00
2.	Restoran Dapoer Kebun	Selindung, Gabek, Kota Pangkal Pinang	Rp.1.000.000.000,00
3.	Restoran Biru Laut	Jalan Pasir Padi Air Itam, Bukit Intan, Kota Pangkal Pinang	Rp.960.000.000,00
4.	Asui seafood restoran	Jl. Yang Zubaidah No.242, Bintang, Rangkui, Kota Pangkal Pinang	Rp.800.000.000,00

Sumber: Data Primer di olah peneliti 2019

Berdasarkan Tabel 1.2 terdapat 4 macam jenis restoran yang termasuk dalam kategori jenis rumah makan seafood, dimana dari masing-masing restoran tersebut memaparkan jumlah total pendapatan restoran selama 1 tahun. Pada tabel tersebut memaparkan bahwa total pendapatan restoran Tan kasteel memiliki Nominal pendapatan sebesar Rp.1.114.893.000,00. Hal ini la yang membuktikan bahwa restoran tan kasteel merupakan restoran yang memiliki pendapatan tertinggi dari keempat restoran yang ada dalam tahun 2017. Oleh karena itu ini mencerminkan bahwa industri kuliner yang ada di kota pangkalpinang semakin hari banyak diminati oleh konsumen dalam berbagai kalangan apapun.

Di kutip dalam situs *cnnindonesia.com*, sudah menjadi kebutuhan dan gaya hidup penduduk yang makin tinggi membuat industri bisnis kuliner semakin naik karena kuliner sekarang selalu dicari bukan makan karena lapar melainkan karena gaya hidup. Menurut Lestari Risnawati,dkk., (2015:731) Gaya hidup mendeskripsikan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Sikap individu dapat mempengaruhi seseorang dalam memutuskan pembelian atau penggunaan produk dapat dipengaruhi oleh gaya hidup.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan beberapa konsumen, tercermin bahwa dengan cara berpakaian, cara berbicara dan cara bersosialisasi terkadang yang terlihat berlebihan untuk dirinya sendiri ketika berkumpul mengunjungi sebuah restoran. Hal itu, menyebabkan gaya hidup konsumen yang setiap individu akan memberikan kesan terhadap tempat yang mereka kunjungi. Dengan fenomena yang ada para pelaku usaha kuliner harus mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan konsumen yang berubah setiap harinya yang diakibatkan oleh pergeseran gaya hidup masyarakat itu sendiri.

Selain gaya hidup, uang merupakan alat tukar yang dibutuhkan dalam kehidupan ini, bisa dikatakan sesuatu yang dibutuhkan oleh semua orang dalam menjalankan kehidupan (Chintara Diva Paramita:2017:1). Uang juga dapat menunjang kualitas diri seseorang atau bisa menjadi tolak ukur tingkat sosial seseorang. Oleh karena itu, ini yang menjadi sikap para masyarakat untuk mengeluarkan uang dengan nilai yang begitu besar dalam membeli suatu produk yang mereka inginkan. Menurut Muhammad Sohib (2015:135) *Money*

Attitude atau sikap individu terhadap uang dapat memperlihatkan peranan uang yang dipahami oleh berbagai tingkat masyarakat dan kepribadian seseorang yang menggambarkan peningkatan kualitas hidup serta peningkatan rasa hormat dalam peranan kehidupan seseorang.

Pada tabel di bawah ini merupakan daftar pendapatan pada Tan Kasteel *Restorant & Lounge*.

Tabel I.3 Tabel Pendapatan di Tan Kasteel *Restaurant & Lounge* pada tahun 2017

No	Item	Rate
1	Blended	Rp. 31.398. 000, 00
2	Coffe And Tea	Rp. 66.496. 000, 00
3	From Njonja	Rp. 76.944. 000, 00
4	From The Barn	Rp. 242.230. 000, 00
5	From The Cage	Rp. 27.468. 000, 00
6	Form The Field	Rp. 105. 057. 000, 00
7	From The Garden	Rp. 8.960, 000, 00
8	From The Mill	Rp. 77. 044. 000, 00
9	From The Fot	Rp.24.765. 000, 00
10	From The Sea	Rp.36.401.500, 00
11	Jang Dingin	Rp. 174.375. 000, 00
12	Juices	Rp. 61.254. 000, 00
13	Njonja Boen	Rp. 105.825. 000, 00
14	Paket Makan	Rp. 1.316. 000, 00
15	Sinjo Snaks	Rp. 54.239. 000, 00
16	Sushi Bar	Rp. 13. 685. 000, 00
17	Tea Drop	Rp. 2.725. 000, 00
18	Tea Pot	Rp. 4.710. 000, 00
Grand Total		Rp.1.114.893. 000, 00

Sumber: Owner Tan Kasteel Resto & Longue, 2019

Berdasarkan tabel di tersebut dapat di lihat total makanan dan minuman yang terjual per item selama satu tahun di Restoran Tan Kasteel, jumlah item yang

terjual lebih besar terdapat pada item *from the barn* dengan jumlah Rp. 242.230.000,00 sedangkan jumlah item yang terjual lebih sedikit terdapat pada item paket makan dengan jumlah Rp.1.316.000,00. Maka total seluruh item yang terjual selama satu tahun ada 18 jenis dengan total pendapatan seluruh item selama satu tahun adalah Rp.1.114.893.000,00. Berdasarkan dengan fenomena pendapatan yang ada, sikap terhadap uang adalah bagian penting untuk melakukan pembelian suatu produk. Hal ini yang terjadi di masyarakat kebanyakan menggunakan uang bukan lagi hanya untuk membeli barang yang dibutuhkan saja tetapi menggunakan uang untuk memenuhi keinginannya dan menunjukkan status. Oleh sebab itu, sebagian orang membeli sesuatu yang tidak sesuai kebutuhannya dengan nominal yang tinggi.

Selain gaya hidup dan *money attitude* (sikap terhadap uang). *Store Atmosphere* atau suasana toko menjadi salah satu penentu untuk konsumen dalam memilih tempat untuk bersantap. Menurut Dita Murinda Kartika, dkk., (2017:164) untuk menarik konsumen datang, berkunjung hingga melakukan keputusan pembelian peranan *store atmosphere* menjadi suatu pertimbangan penting, hal ini dapat dilihat dari suasana yang nyaman, kecocokan konsumen terhadap kebutuhan yang diinginkan, atau hanya dilandaskan perasaan menyukai suasana toko tersebut. Salah satu yang hadir diantara banyaknya restoran yang ada di Kota Pangkalpinang adalah Tan Kasteel.

Berdasarkan situs tripadvisor.co.id Tan Kasteel adalah salah satu restoran yang ada di Pangkalpinang yang menjadi pilihan tempat wisata kuliner, restoran tan kasteel ini juga mendapatkan peringkat yang cukup luar biasa dari para

wisatawan. Sehingga dari 14 ulasan, ada yang mengatakan hal positif maupun negatif terhadap tan kasteel, tetapi untuk jawaban konsumen berdasarkan ulasan dari jawaban konsumen di dominasi oleh hal-hal yang bersifat positif Hal ini yang menyebabkan konsumen di Tan Kasteel ini menjadi objek dalam penelitian ini. Terdapat dalam situs negerilaskarpelangi.com, pengembangan restoran yang masih mempertahankan budaya serta berkonsep klasik yang ada di Bangka Belitung yaitu Restoran Tan Kastel. Tan Kasteel beralamat jl. Ahmad Yani No. 187 Pangkalpinang, Batin Tikal, Taman Sari, Kota Pangkalpinang, restoran ini berdiri pada tanggal 31 Mei 2015. Restoran ini mulai beroperasi pukul 11.00-22.00 WIB. Restoran ini tidak hanya menawarkan makanan dan minuman saja, tetapi restoran ini juga mengusung konsep restoran gaya tata ruang yang unik dan santai sehingga memberikan kenyamanan bagi pengunjungnya, dengan dekorasi Tan Kasteel didominasi warna putih bernuansa gaya klasik. Konsep bangunan Tan Kasteel itu sendiri lebih *casual* dan *family*, hal tersebut memberi kesan suasana zaman dahulu. Selain itu, Tan kasteel ini juga menyajikan berbagai makanan khas perpaduan Tionghoa-Melayu, *Koreaan food*, *Thailand food* serta *Westren food*. Selain menyediakan makanan khas perpaduan. Tidak heran jika pengunjung restoran menghabiskan waktu berjam-jam dan memiliki pengunjung dari kalangan menengah ke atas.

Berdasarkan bnyak pilihan restoran yang ada bnyak hal yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih restoran. Masing-masing konsumen memiliki harapan yang berbeda. Harapan yang dimiliki konsumen belum tentu akan mendorong konsumen yang bersangkutan untuk melakukan pembelian. Oleh

karena itu, *storeatmosphere* bisa mempengaruhi perasaan atau mood dari para konsumen yang berkunjung sehingga tertarik untuk melakukan keputusan pembelian. Dengan fenomena yang terjadi, Tan Kasteel juga melakukan beberapa inovasi yang dilakukan seperti penciptaan suasana dengan pemberian hiasan-hiasan di dalam restoran tersebut, pewarnaan dinding, pencahayaan yang cukup dan masih banyak lainnya. Hal ini, untuk menciptakan kenyamanan di dalam restoran agar konsumen nyaman saat berkunjung ke Tan Kasteel *Restaurant & Lounge*. Hal ini dapat dilihat dari data pengunjung pada tahun 2017-2018 sebagai berikut :

Tabel I.4 Data Jumlah Pengunjung di Tan Kasteel *Restaurant & lounge* dari Tahun 2017 – 20

No	Bulan	Data Jumlah Pengunjung	Data Jumlah Pengunjung
		Tahun 2017	Tahun 2018
1.	Januari	1.305	1.316
2.	Febuari	1.002	1.285
3.	Maret	1.245	1.108
4.	April	1.114	1.183
5.	Mei	1.100	1.195
6.	Juni	1.223	1.270
7.	Juli	1.191	1.180
8.	Agustus	1.115	1.164
9.	September	1.182	1.185
10.	Oktober	1.181	1.191
11.	November	1.160	1.188
12.	Desember	1.105	1.091
Total Pendapatan		13.923	14.356
		1.160	1.196

Sumber: Owner Tan Kasteel Restaurant & Longue, 2019

Berdasarkan tabel I.4 tersebut disimpulkan bahwa jumlah pengunjung yang datang di Tan Kasteel *Restaurant & Lounge* mengalami fluktuasi dari bulan Januari-Desember pada tahun 2017, yaitu pada bulan Januari mengalami kenaikan menjadi 1.305 pengunjung, namun pada bulan Febuari mengalami penurunan menjadi 1.002, mengalami kenaikan kembali pada bulan April berjumlah 1.114 - bulan Juni berjumlah 1.223, mengalami penurunan kembali pada bulan juli

berjumlah 1.191, selanjutnya mengalami kenaikan pada bulan Agustus berjumlah 1.115 dan September berjumlah 1.182, dan mengalami penurunan lagi pada bulan Oktober –Desember.

Pada tahun 2018 mengalami penurunan dari bulan Januari berjumlah 1.316 orang – bulan Februari menjadi 1.285 orang di tahun 2018, namun mengalami kenaikan kembali pada bulan Mei berjumlah 1.195 orang- bulan juni 1270 dan mengalami penurunan pada bulan Desember 2018. Oleh sebab itu, penurunan yang terjadi diidentifikasi karena banyaknya restoran yang bermuculan di pangkalpinang. Sehingga keberadaan restoran yang ada di Pangkalpinang sudah sangat banyak, dan menyebabkan keadaan ini mengindikasikan bahwa adanya masalah terhadap keputusan pembelian konsumen yang belum baik.

Perubahan gaya hidup masyarakat di Pangkalpinang dapat dilihat dari kebiasaan orang tua maupun anak muda yang menghabiskan waktu di sejumlah restoran yang terdapat di kota Pangkalpinang. Untuk mengetahui beberapa banyak respon yang diberikan konsumen kepada *Tan Kasteel Restaurant & Lounge* maka peneliti melakukan kegiatan prasurvey terhadap 20 responden. Adapun hasil prasurvey sebagai berikut:

Tabel I.5 Data Prasurvey terhadap 20 konsumen Tan Kasteel Restaurant & Lounge Pangkalpinang.

No	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1.	saya tertarik mengunjungi restoran/cafe yang sedang populer saat ini untuk menunjang gaya hidup saya	13 (65%)	7 (35%)	-	-	-
2.	Saya membeli makanan di restoran Tan kasteel karena rekomendasi dari teman.	-	2 (10%)	10 (50%)	8 (40%)	-

3.	Saya mengunjungi restoran karena menurut saya orang-orang lebih menghormati orang yang memiliki uang.	15 (75%)	5 (25%)	-	-	-
4.	Uang seharusnya dibelanjakan tanpa ada rasa penyesalan.	1 (5%)	12 (60%)	5 (25%)	2 (10%)	-
5.	Saya akan membeli barang yang paling mahal yang ada di Tan Kasteel selama saya mampu mengusahakannya.	15 (75%)	5 (25%)	-	-	-
6.	Pencahayaan pada Tan Kasteel Restaurant & Lounge sangat unik	-	1 (5%)	12 (60%)	6 (30%)	1 (5%)

Sumber : Tan Kasteel Restaurant & Lounge , 2019

Berdasarkan data prasurvei yang dilakukan 20 konsumen di Tan Kasteel *Restaurant & Lounge* ada 65% konsumen menjawab sangat tidak setuju pada pertanyaan No 1 yaitu saya tertarik mengunjungi restoran/kafe yang sedang populer saat ini untuk menunjang gaya hidup saya dan sebanyak 65% konsumen memilih sangat tidak setuju pada pertanyaan No 2, dan ada 50% konsumen memilih ragu-ragu untuk pertanyaan dan konsumen menjawab 60% tidak setuju pada pertanyaan No 3 yaitu uang seharusnya dibelanjakan tanpa ada rasa penyesalan.

Sedangkan pernyataan No 4 diketahui bahwa 75% konsumen mengatakan bahwa sangat tidak setuju jika membeli barang yang paling mahal menunjukkan merasa mampu mengusahakannya dan pertanyaan No 5 diketahui 60% konsumen ragu-ragu mengatakan bahwa pencahayaan di Tan Kasteel unik yang artinya bahwa pencahayaan di Tan Kasteel tidak hanya unik melainkan mempunyai suasana pencahayaan yang lainnya yang bersifat selain unik. Berdasarkan jawaban responden pada prasurvei dapat disimpulkan bahwa terdapat masalah dengan gaya hidup, *money attitude* dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen yang dilakukan pada konsumen Tan Kasteel *Restaurant & Lounge*.

Dari uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul:

“PENGARUH GAYAHIDUP, *MONEY ATTITUDE* DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TAN KASTEEL *RESTAURANT & LOUNGE* DI PANGKALPINANG”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran tentang gaya hidup, *money attitude*, *store atmosphere* dan keputusan pembelian konsumen dalam memilih Tan Kasteel *Restaurant & Lounge*?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dalam memilih Tan Kasteel *Restaurant & Lounge*?
3. Apakah *money attitude* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dalam memilih Tan Kasteel *Restaurant & Lounge*?
4. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dalam memilih Tan Kasteel *Restaurant & Lounge*?
5. Apakah gaya hidup, *money attitude* dan *storeatmosphere* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen dalam memilih Tan Kasteel *Restaurant & Lounge*?

1.3 BatasanMasalah

Untuk memperoleh gambaran yangakan ditelitidibatasi penyajian hanya pada variabel gayahidup, *moneyattitude*, *storeatmosphere* dan kputusan pembelian

konsumen dan objek yang ada di dalam penelitian ini adalah Tan Kasteel *Restaurant & Lounge*.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas dapat diketahui tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan tentang gaya hidup, *money attitude*, *store atmosphere* dan keputusan pembelian konsumen pada Tan Kasteel *Restaurant & Lounge* di Pangkalpinang.
2. Untuk menganalisis apakah ada pengaruh yang signifikan gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen pada Tan Kasteel *Restaurant & Lounge* di Pangkalpinang.
3. Untuk menganalisis apakah ada pengaruh yang signifikan *money attitude* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Tan Kasteel *Restaurant & Lounge* di Pangkalpinang.
4. Untuk menganalisis apakah ada pengaruh yang signifikan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Tan Kasteel *Restaurant & Lounge* di Pangkalpinang.
5. Untuk menganalisis apakah ada pengaruh yang signifikan dan simultan gaya hidup, *money attitude* dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Tan Kasteel *Restaurant & Lounge* di Pangkalpinang.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Menambah wawasan penulis dalam manajemen pemasaran khususnya tentang gaya hidup, *money attitude*, *store atmosphere* dan keputusan pembelian konsumen serta mampu menjadi acuan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini mampu memberikan serta menyajikan informasi guna sebagai gambaran penentuan strategi pasar bagi perusahaan.

3. Manfaat Kebijakan

Diharapkan penelitian ini dapat berkontribusi bagi perusahaan atau pemilik usaha terkait guna mengevaluasi dan menentukan strategi yang tepat guna menyempurnakan penjualan melalui informasi responden penelitian ini.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisikan pendahuluan asal muasal permasalahan dan fenomena yang menggambarkan inti pokok rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan serta manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori yang mendukung penelitian, yaitu teori-teori mengenai gaya hidup, *money attitude*, *store atmosphere* dan keputusan konsumen serta teori manajemen yang berisi tentang penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan jenis tempat dan waktu penelitian, teknik pengambilan data, jenis dan sumber data, penentuan populasi dan sample, tahap pengolahan data, definisi operasional variabel, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab yang berisikan sejarah singkat tentang Tan Kasteel Restaurant & Lounge, Hasil dari penelitian, hasil penelitian karakteristik responden disertai pembahasan analisis data.

BAB V PENUTUP

Bab penutup berisikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.