

BAB I

PENDAHULUAAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini kehadiran usaha di Indonesia khususnya dibidang kuliner atau restoran, semakin pesat. Oleh karena itu menyebabkan para perusahaan kuliner harus menghadapi persaingan yang ketat. Perkembangan dan pertumbuhan dalam dunia usaha yang sangat pesat ini menjadi kebutuhan hidup masyarakat baik dilihat dari segi kebutuhan primer, sekunder, maupun tersier yang merupakan suatu kebutuhan yang ingin dipenuhi. Kegiatan makan bukan lagi hanya menebus rasa lapar dan menghilangkan haus, tetapi kini telah menjadi salah satu tempat untuk singgah saat lelah datang atau juga untuk berkumpul bersama teman dan keluarga. Pelaku usaha bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan pada perubahan yang terjadi dan menempatkan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama, misalnya dalam penyajian makanan dan minuman (*food service*). Perkembangan usaha bidang kuliner didukung oleh kesibukan konsumen yang bekerja, sehingga menyebabkan konsumen tidak mempunyai waktu luang untuk membuat makanan di rumah. Kesibukan tersebut membuat konsumen tidak dapat menyiapkan dan memilih untuk menghabiskan waktu diluar rumah.

Seiring dengan proses modernisasi membawa banyak perubahan diberbagai bidang kehidupan misalnya kuliner yang ada di Indonesia ke arah yang lebih baik menyebabkan perubahan konsumsi di masyarakat. Kuliner sangat dibutuhkan masyarakat di berbagai kota-kota besar. Inilah yang kemudian mendorong para pengusaha bisnis kuliner melakukan berbagai cara agar makanan dan minumannya mempunyai kualitas yang baik sehingga akan banyak pelanggan yang secara tidak sadar membantu memasarkan produknya dengan menceritakan pengalamannya kepada orang lain. Yang kemudian mendorong pelaku bisnis kuliner memanfaatkan peluang untuk masuk ke dalam industri kuliner, dikarenakan prospek belanja di bidang kuliner sangat tinggi. Hal ini dibuktikan agar dengan munculnya para

penjual makanan dan jajanan yang sangat menjamur dengan pesat di berbagai kota di Indonesia.

Bisnis makanan dan minuman di Kota Bandar Lampung merupakan salah satu potensi bisnis dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi pertumbuhan yang tinggi karena makanan dan minuman merupakan salah satu kebutuhan utama semua orang dari berbagai kalangan. Hal ini menyebabkan dampak positif untuk Kota Bandar Lampung dan investasi, sehingga menjadikan industri makanan sebagai investasi terbesar di Kota Bandar Lampung yang mana dikutip dari Radar Lampung.co.id. Penyumbang investasi terbesar di Kota Bandar Lampung berdasarkan data Dinas penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu (DPMPTSP) Bandar Lampung. Penanaman Modal Asing (PMA) sampai bulan september sebesar USD518.244.414. Sementara penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN) Rp1,4 Triliun. Hal ini menjadi peluang bagi pengusaha maupun pembisnis di bidang kuliner. Kota Bandar Lampung menjadi pusat kegiatan perekonomian di Provinsi Lampung. Pertumbuhan ekonomi yang cukup signifikan dapat dilihat dari tingkat pendapatan per kapita penduduk. Pendapatan per kapita penduduk Bandar Lampung dapat dilihat pada Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) per kapita Kota Bandar Lampung yang meningkat dari tahun 2014 sebesar 15,30 persen dan tahun 2018 16,36 persen (BPS,2018).

Tabel 1.1 Persentase Kontribusi Terhadap Jumlah Produk Domestik Regional Bruto di Provinsi Lampung, 2014-2018

Tahun	PDRB Provinsi Lampung
2014	15,30%
2015	15,61%
2016	15,91%
2017	16,30%
2018	16,36%

Sumber : BPS (2018).

Perkembangan bisnis Kuliner telah berkembang sangat pesat dengan didorong oleh kebutuhan masyarakat yang semakin bertambah. Pelaku usaha bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan pada perubahan yang terjadi dan menempatkan kepuasan konsumen sebagai tujuan utama, misalnya dalam penyajian makanan dan minuman. Dalam hal ini diperkuat dengan hadirnya kuliner yang ada di Bandar Lampung yaitu Lampung Walk, Lampung Walk hadir di bumi Lampung di resmikan pada 21 Oktober 2016 . Lampung Walk berdiri di atas lahan seluas 1,345 meter dan memiliki 39 kavling yang di gunakan untuk Kuliner dan mengangkat konsep One Stop Family Entertainment dimana sebuah wisata yang menggabungkan antara konsep wisata dengan hiburan, olahraga, dan kuliner food court restaurant maupun cafe pengunjung bisa memilih aneka menu makanan dan minuman sambil bersantai di kelilingi pepohonan dan pemandangan yang indah sehingga bisa di jadikan spot menarik untuk selfie sambil menikmati makanan dan minuman yang di pesan oleh konsumen yang mana di kutip dari jelajahlampung.com. Beragam fasilitas menarik di tawarkan oleh Lampung Walk yang berhadapan langsung dengan Rumah Sakit Urip Sumoharjo dan G Hotel Syariah. Adapun fasilitas pendukung lainnya meliputi : keamanan 24 jam dengan pantauan cctv, mushola, entertainment area (open space), dan akses wi-fi gratis. Jadi tidak salah Lampung Walk di sebut-sebut sebagai tempat wisata keluarga terlengkap yang ada di tengah Kota Bandar Lampung. Karena dengan hal itu dapat menarik konsumen dengan gaya kuliner di era zaman saat ini. Oleh sebab itu konsumen juga memerlukan pelayanan dari segi fasilitas dan kenyamanan. Keberadaan Kuliner di Lampung Walk ini memudahkan konsumen untuk menikmati Kuliner apa saja di satu tempat dengan pencarian seluruh jajanan dari berbagai macam jenis makanan dan jajanan tersebut, sehingga pengetahuan mengenai sikap konsumen yang berkunjung ke Kuliner Lampung Walk perlu diperlukan agar bisa diterapkan sebagai salah satu strategi marketing untuk mendapatkan konsumen yang lebih tinggi lagi. Termasuk dalam kategori food court yang mana food court diartikan sebagai tempat makan yang terdiri dari gerai-gerai (counters) makanan yang

menawarkan aneka menu yang variatif. Sehingga konsumen hanya berada pada suatu tempat dengan para penjual makanan dan minuman.

Sebagai usaha di bidang makanan dan minuman ini perlu mengetahui atribut-atribut apa saja yang mempengaruhi sikap konsumen dalam berkuliner hal tersebut juga perlu dilakukan untuk menemukan strategi yang tepat agar dapat terus menghadapi persaingan kuliner yang tersebar dimana-mana yang semakin ketat ini. Kuliner di era zaman sekarang berupaya untuk menarik minat pelanggan dengan cara terus menciptakan berbagai jenis makanan dan minuman yang banyak akan variasinya yang mana bisniskuliner seperti di era zaman sekarang sangatlah berbeda di era zaman dahulu sehingga banyak yang diinginkan oleh konsumen berbagai upaya dilakukan oleh pihak yang berjualan makanan dan minuman dalam melakukan penjualan yaitu dengan mempertimbangkan Rasa, Harga, Lokasi, Fasilitas, Variasi menu, Area parkir. Konsumen yang merasa puas cenderung akan melakukan pembelian ulang dan dapat menjadi pelanggan dengan tingkat kepuasan yang tinggi. Kuliner adalah salah satu yang menjadi kebutuhan dalam masyarakat, sadar atau tidak bahwa seseorang akan membutuhkan kuliner tersebut. Kuliner merupakan salah satu bagian dari wisata budaya yang berarti ini memiliki nilai tersendiri di mata wisatawan. Kekayaan kuliner merupakan sebuah modal besar yang harus dimanfaatkan dalam rangka pembangunan ekonomi daerah. Dengan kata lain kuliner sangat dibutuhkan masyarakat di berbagai kota-kota besar. Inilah yang kemudian mendorong para pelaku bisnis kuliner memanfaatkan peluang untuk masuk ke dalam industri kuliner, dikarenakan prospek belanja di bidang kuliner sangat tinggi. Hal ini dibuktikan dengan munculnya para penjual makanan dan jajanan yang sangat menjamur dengan pesat di berbagai kota di Indonesia.

Sebagai bahan pertimbangan menilai sikap konsumen di Lampung Walk, maka dilakukan pra survey dengan membagikan kuesioner kepada 20 responden yang pernah berkunjung ke kuliner di Lampung Walk. Dibawah ini merupakan

hasil pra survey sikap konsumen terhadap Kuliner di Lampung Walk dengan model fishbein.

Tabel 1.2 Hasil Prasurvey Sikap Konsumen Terhadap Lampung Walk.

No	Atribut Sikap Konsumen	Jawaban responden	Jumlah Responden
1.	Rasa	Rasa nya enak dan lezat.	12 orang
	Bagaimana rasa makanan dan minuman yang ada di Lampung Walk?	Rasa nya biasa saja	8 orang
2.	Harga	Harga terjangkau	7 orang
	Apakah harga makanan dan minuman di Lampung Walk terjangkau?	Terkategori mahal	13 orang
3.	Lokasi	Mudah di jangkau dan cepat untuk kesana.	20 orang
	Apakah lokasi Lampung Walk mudah dijangkau?		
4.	Fasilitas	Fasilitas lengkap.	17 orang
	Bagaimana fasilitas di Lampung Walk?	Kurang nya tempat duduk	3 orang
5.	Variasi menu	Menu kurang lengkap	13 orang
	Apakah menu yang disajikan sangat lengkap?	Menu sudah lengkap	7 orang
6.	Area parkir	Area parkir luas	7 orang
	Apakah area parkir di Lampung Walk tersedia sangat luas.	Area parkir sempit	13 orang

Berdasarkan hasil prasurvey pada tabel 1.2 terdapat 12 orang yang menilai rasa makanan dan minuman yang ada di Lampung Walk enak dan lezat, dan 8 orang menilai bahwa rasanya biasa saja, 7 orang menilai bahwa harga makanan dan minuman yang ada di Lampung Walk terjangkau, dan 13 orang menilai harga Kuliner di Lampung Walk terbilang mahal, 20 orang menilai bahwa lokasi mudah dijangkau, 17 orang menilai fasilitas yang tersedia di Lampung Walk lengkap, dan 3 orang yang menilai bahwa kurangnya tempat duduk yang disediakan, 13 orang menilai menu kurang lengkap di Lampung Walk, dan 7 orang menilai bahwa menu sudah lengkap, 7 orang menilai area parkir luas di Lampung Walk lengkap, dan 13 orang yang menilai area parkir sempit.

Berdasarkan fenomena yang terjadi, penulis ingin mengembangkan sebuah penelitian mengenai Sikap Konsumen terhadap Kuliner yang ada di Lampung Walk Bandar Lampung. Dalam kaitannya dengan variabel-variabel sikap konsumen. Menurut Ujang Sumarwan (2015, p.165) sikap (*attitudes*) konsumen adalah faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen. Konsep sikap sangat terkait dengan konsep kepercayaan (*belief*) dan perilaku (*behavior*). Mowen dan Minor menyebut bahwa istilah pembentukan sikap konsumen (*consumer attitude formation*) sering kali menggambarkan hubungan antara kepercayaan, sikap, dan perilaku. Pada riset ini menggunakan metode sikap perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam pemerolehan, pengonsumsiannya, dan penghabisan produk atau jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusul tindakan tersebut. Menurut Schiffman & Kanuk dalam Widiyanti (2019) Perilaku konsumen juga menggambarkan kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Menurut J. Paul Peter Jerry C. Olson (2017, p.131) Sikap adalah kondisi mental dan neural dari kesiapan untuk merespon, mengorganisasi melalui pengalaman, dan mengaplikasikan pengaruh secara langsung dan dinamis atas perilaku. Dimensi dari tentang model Fishbein sikap memiliki tiga komponen yang saling berhubungan yaitu :

kognitif (pengetahuan mengenai objek), afeksi (evaluasi positif atau negatif atas objek), dan konatif (perilakudisengaja terhadap objek). Sikap ini yang kemudian dapat mengantarkan konsumen untuk menentukan pilihan atau preferensi.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis menjadikan Lampung Walk sebagai objek pengamatan dalam pembuatan skripsi ini dengan judul

“ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP KULINER LAMPUNG WALK BANDAR LAMPUNG DENGAN MODEL FISHBEIN”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah penelitian ini adalah mengetahui bagaimakah sikap konsumen terhadap Kuliner di Lampung Walk Bandar Lampung dengan ditinjau dari dimensi Rasa, Harga, Lokasi, Fasilitas, Variasi menu, Area parkir ?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang lingkup Subyek

Ruang lingkup subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berkunjung dan erkuliner ke Lampung Walk Bandar Lampung.

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Objek penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung ke Kuliner Lampung Walk Bandar Lampung.

1.3.3. Ruang Lingkup Tempat

Penelitian dilaksanakan di Kuliner Lampung Walk yang beralamatkan di Jalan Urip Sumoharjo depan rumah sakit Urip, Way Halim, Bandar Lampung.

1.3.4. Ruang Lingkup Waktu

Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan November 2019 s.d sampai dengan bulan Maret 2020.

1.3.5. Ruang Lingkup Ilmu Penelitian

Ruang lingkup ilmu penelitian ini adalah ilmu manajemen pemasaran yang meliputi konsep perilaku konsumen.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah:

untuk mengetahui sikap konsumen yang berkunjung pada Kuliner Lampung Walk di Bandar Lampung, dengan menggunakan model fishbein.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Bagi Pemilik Bisnis

Melaui penelitian bagi perusahaan yang bersangkutan yaitu Kuliner Lampung Walk diharapkan hasil penelitian ini dapat memberi gambaran tentang analisa perilaku konsumen dalam berkuliner di Lampung Walk Bandar Lampung.

1.5.2 Bagi Peneliti

Sebagai tambahan pengetahuan bagi penulis agar dapat membandingkan ilmu secara teoritis yang di peroleh selama perkuliahan dengan yang terjadi dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Serta dapat mengimplementasikan kemampuan penulis dalam pengetahuannya mengenai objek yang akan di bahas pada penelitian ini. Kemudian, hasil dari penelitian ini nantinya akan menjadi pengetahuan tambahan bagi penulis mengenai sikap konsumen terhadap Kuliner di Lampung Walk Bandar Lampung.

1.5.3 Bagi Institut IIB Darmajaya

Sebagai referensi perpustakaan fakultas ilmu ekonomi dan bisnis, institut informatika dan bisnis Darmajaya Bandar Lampung Analisis Sikap Konsumen Terhadap Kuliner Lampung Walk Bandar Lampung Dengan Model Fishbein.

1.6. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang terbatas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini tercantum latar belakang masalah, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tentang “Analisis Sikap Konsumen terhadap Kuliner di Lampung Walk Bandar Lampung dengan model fishbein”

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini memuat tentang teori-teori tentang pemasaran, Sikap konsumen dan teori yang mendukung penelitian, kerangka pikir dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian, sumber data, populasi dan sampel, definisi operasional, uji persyaratan instrumen, teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam hal ini penulis menguraikan tentang hasil dan pembahasan mengenai Analisis sikap konsumen terhadap kuliner di Lampung Walk Bandar Lampung dengan model fishbein.

Bab V Simpulan Dan Saran

Berisi simpulan dan saran yang berisikan tentang variabel yang diteliti yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan dan bagi pembaca pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN