

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ilmu dan teknologi serta informasi di era globalisasi ini terus mengalami kemajuan dan peningkatan yang begitu *intense*, sehingga hal itu sangat mempengaruhi kebutuhan dan gaya hidup manusia. Terutama pada generasi *millenial* saat ini, segala kegiatan atau tingkah laku manusia selalu mendukung hal – hal serba praktis dan *instant*. Kebutuhan hidup manusia dikelompokkan menjadi tiga macam yaitu, kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Kebutuhan primer merupakan kebutuhan yang sangat pokok untuk bertahan hidup salah satu contohnya yaitu makanan. Segala tindakan atau kegiatan yang didukung dengan serba praktis atau *instant* menjadikan pola hidup yang manja dan serba ketergantungan semakin meningkat.

Dunia pekerjaan contohnya, yang selalu menuntut kesibukan selama delapan *hours/day* bahkan lebih, membuat orang – orang tak ingin ambil pusing untuk repot – repot meluangkan waktu dan tenaga yang maksimal dalam menyajikan makanan untuk mengisi perutnya yang kosong disela kesibukannya. Bahkan, orang tua yang terkadang mengalami beberapa kesibukan dalam pekerjaan dan tak sempat membuat makanan untuk anaknya dengan praktis bisa menyajikan makanan secara *instant*. Salah satunya yang diandalkan untuk memenuhi kebutuhan primer perihal makan dalam era ini adalah usaha makanan siap saji. McDonald's, A&W Root Beer, Kentucky Fried Chicken, CFC, produk – produk tersebut adalah produk milik negara

yang telah masuk ke negara tanah air.

Dilihat dari sejarahnya, pada abad ke – 20 menjadi awal mula munculnya restoran cepat saji. Restoran cepat saji ini pertama kali berdiri di Amerika pada tahun 1912 dan merupakan jenis *automat* atau restoran yang menggunakan mesin penjual untuk melayani pelanggannya dan dioperasikan dengan koin. Inilah yang kemudian membuat *automat* muncul di seluruh dunia. McDonald's memang restoran cepat saji yang terkenal. Namun, restoran tersebut bukan restoran cepat saji pertama di dunia ini. Restoran cepat saji pertama adalah White Castle, yang menyediakan *hamburger* dan berdiri di Kansas pada tahun 1916. Tahun 1919, Roy W. Allen dan Frank Wright mendirikan A&W yang menerapkan layanan *drive thru* untuk pertama kalinya di Sacramento, California. Tahun 1923, mereka mulai menjual sistem *franchise* yang menyediakan *hamburger*, kentang goreng dan *hotdog*. Tahun 1960, A&W tersebar di 2000 tempat dan memiliki 1200 restoran hingga saat ini. (Ariska Puspita Anggraini, <https://lifestyle.kompas.com>. Diakses pada 9 Maret 2019).

Pada abad ke 21 saat ini, restoran siap saji tidak hanya identik dengan *hamburger*, kentang goreng, dan *hotdog*. Berbagai macam jenis usaha makanan siap saji mulai bermunculan serta banyak jenis varian makanan yang disajikan. Dalam dunia persaingan usaha bisnis, menyediakan makanan siap saji merupakan usaha yang sering kali digeluti oleh para pemula *entrepreneur* dan tanpa disadari bisnis makanan cepat saji di tanah air kini semakin banyak variannya, baik yang berasal dari negara asing ataupun *brand* yang berasal

dari negara Indonesia sendiri. Maka tak dapat dipungkiri bahwa bisnis usaha ini semakin luas pula perkembangannya. Hal tersebut juga pernah dikatakan oleh Wakil Ketua Umum Bidang Restoran Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia Sudrajat mengatakan, restoran siap saji merupakan salah satu subsektor industri kuliner dengan kinerja cukup stabil, pada wawancarnya di [Bisnis.com](https://ekonomi.bisnis.com) bahwa restoran siap saji tumbuh stabil dan akan semakin baik. Mereka selalu tumbuh di kisaran 10% hingga 15% setiap tahunnya. Serta kinerja bisnis restoran siap saji ditunjang oleh perbaikan konsumsi masyarakat sebagaimana tercermin dalam indeks keyakinan konsumen (IKK) yang selalu meningkat setiap tahun. Berdasarkan survei Bank Indonesia, IKK mencapai 110 poin pada 2016 dan terus naik ke level 123,5 pada awal tahun ini. (M.Richard, <https://ekonomi.bisnis.com>. Diakses pada 29 Maret 2019).

Restoran makanan siap saji sangat diminati oleh *costumer* di generasi millennial yang memiliki hobi makan atau bagi mereka yang hidup sendiri seperti, *nge-kost* atau para *workaholic* dengan kesibukan yang tidak sempat memasak ataupun menyajikan makanan untuk dirinya sendiri. Maka dari itu, usaha makanan siap saji dijadikan sebuah peluang bisnis di era ini.

Penelitian terbaru juga pernah dilakukan oleh lembaga penelitian asal Australia, Roy Morgan telah menunjukkan bahwa lebih dari 55 juta masyarakat Indonesia membeli makanan di restoran keluarga atau restoran makanan siap saji. Data tersebut mencakup mereka yang makan di restoran, dengan menggunakan layanan *drive thru* atau dengan layanan di antar ke rumah. Berikut adalah daftar restoran makanan siap saji yang sering

dikunjungi oleh masyarakat Indonesia menurut hasil penelitian Roy Morgan: (Anggita Muslimah Maulidya Prahara Senja, <https://travel.kompas.com>, diakses pada 29 Maret 2019)

Tabel I.1
10 Restoran Paling Diminati Masyarakat Indonesia

NO	Merek	Jumlah Pengunjung Indonesia
1	Restoran Sederhana	28,4 juta
2	KFC	24 juta
3	McDonald's	7,7 juta
4	Pizza Hut	6,5 juta
5	Solaria	3,2 juta
6	A&W	2,4 juta
7	D'Cost	2,4 juta
8	Hoka Hoka Bento	2,3 juta
9	Texas Fried Chicken	1,6 juta
10	Es Teler 77	1, 5 juta

Sumber : Anggita Muslimah Maulidya Prahara Senja, <https://travel.kompas.com>, diakses pada 29 Maret 2019 dan dikelola oleh penulis

Menurut Tabel I.1 restoran makanan siap saji diminati oleh banyak masyarakat Indonesia salah satunya adalah Hoka Hoka Bento. Restoran Hoka Hoka Bento atau singkatnya Hokben adalah salah satu restoran yang di bangun di bawah naungan PT. Eka Bogainti, pada tanggal 18 April 1985. Hoka Hoka Bento pertama kali didirikan berlokasi di Kebun Kacang, Jakarta, Hoka Hoka Bento menyajikan masakan Jepang cepat saji yang sehat, variatif, higienis, dengan harga yang terjangkau dan diiringi dengan tempat yang nyaman. Restroom Hoka Hoka Bento merupakan restoran dengan menggunakan konsep “Japanese Fast Food” yang terbesar di Indonesia. Pada

awalnya, konsep berbisnis Hoka Hoka Bento adalah dengan *take away* (pesan ambil / bawa pulang) tetapi setelah itu, konsep awal tadi diubah menjadi *fast food* (cepat saji), dengan mengadopsi tren cara makan yang praktis dan higienis seperti ala Jepang. (Luthfie, <http://ramesia.com/hoka-hoka-bento/>, diakses pada 22 Maret 2019).

Restoran Hokben merupakan restoran yang berasal dari negara tanah air dengan menggunakan konsep “*Japanase Food*” bahkan kualitas rasa makanannya juga sudah disesuaikan dengan lidah orang Indonesia. Persaingan bisnis usaha akan terus berjalan seiring perkembangan zaman, untuk mempertahankan usaha tersebut perlu adanya usaha untuk menarik para konsumen agar menggunakan produk barang dan jasa yang sudah disediakan. Persaingan bisnis pada saat ini bukan hanya berorientasi pada volume penjualan, tetapi berorientasi bagaimana meningkatkan kualitas pelayanan sehingga konsumen tertarik terhadap produk dan jasa yang kita berikan. Semakin tingginya tingkat persaingan, akan menyebabkan pelanggan menghadapi lebih banyak pilihan alternatif untuk produk, harga, dan kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk. (Kotler *and* Keller, 2015 : 144)

Kualitas pelayanan yang baik merupakan salah satu faktor menjadi penyebab keputusan pembelian konsumen. Akibat dari keputusan pembelian konsumen akan menjadikan perputaran bisnis usaha agar terus berkembang dan bertahan di tengah – tengah persaingan yang begitu ketat dalam era generasi millennial ini. Menurut Kotler *and* Keller (2015 : 184), Keputusan pembelian adalah

suatu tahap dari sebuah proses yang dilakukan oleh pelanggan sebelum menentukan keputusan pembelian, proses tersebut seperti pengenalan masalah terlebih dahulu, pencarian informasi mengenai tempat yang akan dikunjungi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan tindakan pascapembelian. Untuk itu, upaya peningkatan kualitas pelayanan akan jauh lebih efektif bagi keberlangsungan dalam mengembangkan dan mempertahankan suatu bisnis usaha.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penulis tertarik melakukan penelitian serta membahas pelayanan bisnis makanan siap saji yang berasal dari tanah air yaitu Hoka Hoka Bento sebagai bahan laporan karya ilmiah dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Restoran Hoka Hoka Bento”. (Survei pada mahasiswa/i Manajemen angkatan 2016 - 2018 Universitas Negeri Jakarta).

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kualitas pelayanan dan keputusan pembelian pada Restoran Hoka Hoka Bento ?
2. Apakah terdapat pengaruh signifikan dari kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada Restoran Hoka Hoka Bento ?

C. Tujuan

1. Mengetahui deskripsi kualitas pelayanan dan keputusan pembelian pada Restoran Hoka Hoka Bento.
2. Mengetahui apakah ada pengaruh signifikan dari kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada Restoran Hoka Hoka Bento.

D. Manfaat

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat menambah wawasan dan informasi dalam membangun kualitas pelayanan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada restoran Hoka Hoka Bento sehingga dapat menarik *costumer* baru agar memiliki keinginan untuk menggunakan pelayanan barang dan jasa yang disediakan oleh perusahaan dan mempertahankan *costumer* lama untuk menggunakan kembali produk barang dan jasa yang disediakan.

2. Bagi Penulis

Diharapkan di masa yang akan datang penulis dapat membuat sebuah usaha dan menjadi *entrepreneur* yang sukses sehingga dapat mengetahui dan memperkaya ilmu bagaimana cara mempertahankan sebuah usaha agar terus berjalan di tengah – tengah persaingan yang ketat. Serta tulisan bermanfaat untuk memenuhi nilai matakuliah wajib.

3. Bagi Fakultas

Sebagai syarat untuk menyelesaikan studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Selain itu untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan mahasiswa/i dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diterima di bidang ilmu pemasaran.

4. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan bagi pembacanya dan dapat dimanfaatkan dengan sebaik – baiknya, serta dapat dijadikan informasi dan referensi oleh penulis lainnya dalam menulis Karya Ilmiah.