

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Adanya perkembangan teknologi dan industri yang semakin maju membuat manusia terus berubah dan memiliki gaya hidup yang semakin modern. Aktivitas manusia yang semakin padat membuat kebanyakan orang memiliki waktu yang terbatas untuk menyiapkan makanan di rumah dan biasanya lebih memilih untuk makan di restoran. Hal ini membuat usaha restoran menjadi usaha yang menjanjikan karena menyangkut kebutuhan utama manusia, yaitu makanan dan minuman. Banyaknya usaha restoran yang terus bermunculan dan berkembang menyebabkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumennya menjadi sebuah hal yang perlu dicermati (Ghanimata, 2012).

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan yang dilakukan karena memiliki ketertarikan yang didasarkan oleh seseorang terhadap suatu produk dan ingin membeli, mencoba, menggunakan atau memiliki produk tersebut (Marlius, 2017). Keputusan untuk membeli dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut dilakukan.

Perkembangan teknologi dan informasi yang sangat populer di lingkungan masyarakat saat ini adalah internet. Internet membantu para penggunanya dalam mendapatkan informasi dan berinteraksi dengan pengguna lainnya melalui media sosial (Sondakh et al., 2019). Media sosial menjadi salah satu platform penting yang mempengaruhi keputusan

pembelian konsumen, dikarenakan sebagian besar konsumen mengandalkan *review* online untuk mendapatkan informasi sebelum membuat keputusan pembelian (Kwok & Yu, 2013).

Generasi Z lahir dan tumbuh pada saat teknologi digital berkembang dengan cepat. Mereka dibesarkan ketika teknologi informasi sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari (Hariatiningsih, 2019). Adanya perkembangan teknologi yang sudah maju dan berkembang pesat membentuk karakter generasi ini yang menyukai kemudahan, kepraktisan dan kecepatan dalam proses transaksi. Selain itu penelitian membuktikan bahwa dengan adanya teknologi, penggunaan media sosial pada remaja generasi Z mencapai 11.6 jam dalam sehari (Manap et al., 2016).

Menurut Ridwan, dengan adanya media sosial, promosi lebih mudah untuk diakses oleh kalangan muda karena mampu menjadi pendongkrak eksistensi tertinggi dalam sebuah usaha restoran. Selain itu dengan adanya rekomendasi dari *food blogger* maupun rekomendasi banyak orang di media sosial mampu mempengaruhi niat dalam melakukan keputusan pembelian di restoran (Syahbani & Widodo, 2017).

Jumlah penduduk Indonesia yang usianya termasuk ke dalam golongan generasi Z memiliki jumlah terbanyak. Oleh karena itu, Buskirk menyatakan bahwa generasi Z digaungkan sebagai konsumen potensial masa depan sehingga hal ini memunculkan pertanyaan bagaimana pandangan generasi Z terhadap suatu restoran yang diinginkan (Asmara, 2020).

Makanan dan minuman merupakan bagian penting dalam kehidupan manusia. Menurut Abraham Maslow (1950), kebutuhan primer merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi setiap manusia untuk bertahan hidup, salah satunya adalah kebutuhan makan dan minum. Oleh karena itu, restoran juga berperan penting untuk memenuhi kebutuhan makan dan minum bagi manusia.

Jumlah restoran di Kelapa Gading mencapai sebanyak 3124 restoran atau 40,51%, sehingga banyak produk yang dapat di tawarkan bagi konsumen yang datang di wilayah Kelapa Gading. Menurut Zomato, terdapat beberapa restoran terkenal yang ada di Kelapa Gading seperti Wiro Sableng, Six Ounces Coffee, Sushi Hiro, Pancious, Street Steak, dan lainnya. Dari hasil data tabel 1 diatas juga dapat disimpulkan bahwa Kelapa Gading dapat menjadi pusat wisata kuliner di sekitar wilayah Jakarta Utara sehingga mendukung untuk diteliti bagaimana konsumen dapat menentukan keputusan pembeliannya di restoran yang berada di wilayah Kelapa Gading.

B. Tujuan

Kegiatan seminar hasil ini bertujuan untuk mengetahui hasil penelitian yang sudah dibuat serta untuk mengetahui kekurangan dari hasil penelitian dengan mendengarkan kritik dan saran dari reviewer. Selain itu seminar hasil ini dapat menjadi kegiatan pelengkap sebagai syarat dalam mengikuti sidang akhir.

C. Manfaat

Manfaat dari kegiatan seminar hasil ini adalah untuk menyampaikan hasil penelitian yang telah dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat

menambah pengetahuan bagi peneliti lain, khususnya yang terkait dalam bidang industry makanan dan minuman dan menjadi proses pembelajaran bagi penulis dalam melakukan penelitian. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak pengelola bisnis restoran dan sektor industry makanan dan minuman.

D. Deskripsi Penelitian

Penelitian ini terdiri dari lima faktor yang akan diteliti yaitu *customer service*, *availability of food variety*, *maintenance of privacy*, *brand name*, dan *availability of ready-made food*, sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Metode pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner berupa *Google Form* pada 100 orang responden.

Pengukuran data dilakukan menggunakan teknik analisa PLS (*Partial Least Square*) dengan metode SEM (*Structural Equation Modeling*). Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, faktor *availability of food variety* dan *availability of ready-made food* mendapat perhatian konsumen generasi Z karena penyajian makanan yang cepat di restoran membuat konsumen generasi Z merasa lebih puas. Selain itu faktor *brand name* juga diperhatikan oleh konsumen karena adanya nama restoran dengan citra yang baik akan diingat dan dapat meningkatkan kepuasan dari konsumen yang makan di restoran tersebut.

Penelitian ini juga membuktikan bahwa faktor *customer service*, dan *maintenance of privacy*, bukan menjadi faktor utama yang

memengaruhi keputusan pembelian konsumen generasi Z di restoran wilayah Kelapa Gading.

