

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini, ditengah-tengah kesibukan yang dijalani oleh setiap orang, masyarakat seringkali melupakan suatu hal yang sangat penting bagi kehidupannya, yaitu pilihan makanan yang dikonsumsi setiap harinya. Hal ini dapat didasari oleh berbagai faktor, dimulai dari adanya kesibukan aktivitas dan pekerjaan dan stress yang mengakibatkan masyarakat tidak memiliki waktu untuk memprioritaskan pola makan mereka, hingga kurangnya aktivitas di luar rumah sehingga masyarakat lebih acuh akan kesehatannya dan jarang berolahraga.

Menurut survei Herbalife Nutrition Survey (2021), 63% konsumen menyadari bahwa kesehatan fisik dan pola makan mereka tidak ideal. Hal ini disebabkan karena akses makanan yang tidak sehat lebih mudah diakses dibandingkan makanan sehat serta kurangnya motivasi dari keluarga dan lingkungan sekitar untuk memperbanyak mengonsumsi makanan sehat. Tambahnya restoran cepat saji semakin marak ditemui di masyarakat sekitar dan semakin digemari masyarakat karena lebih praktis, cepat, murah dan enak. Terbukti dari penelitian Hadi (2005), yang menyatakan bahwa pola konsumsi makanan memiliki kecenderungan perubahan dari makanan tradisional menjadi makanan impor yang biasanya dapat ditemukan pada kehidupan masyarakat di perkotaan khususnya di kalangan usia remaja.

Merujuk dari hasil survei oleh *Kantar Profiles Network* dalam *Royal Philips* dalam artikel (Rossa, 2018), menyatakan bahwa kini masyarakat sudah mulai memahami pentingnya kesehatan preventif. Mengikuti gaya hidup sehat dalam hal

pola makan, olahraga, dan kesejahteraan umum adalah contoh kesehatan preventif, yang merupakan tindakan yang diambil dalam hidup untuk menangkal berbagai penyakit dan menurunkan risiko mengembangkan gangguan kesehatan di masa depan. Terbukti dari survei mereka yaitu terdapat 33% orang mengonsumsi makanan yang lebih sehat, 37% menginvestasikan lebih banyak uang untuk mempertahankan gaya hidup, 59% lebih banyak menghabiskan waktu untuk membaca mengenai kesehatan dan pencegahan penyakit, dan 49% lainnya lebih memprioritaskan kesehatan daripada pekerjaan.

Fenomena gaya hidup sehat ini pun dijadikan momentum oleh sebuah restoran makanan sehat yang terkenal sebagai pelopor gerakan makan sehat, yaitu SaladStop!. SaladStop! merupakan gerai makanan sehat pertama dan terbesar di Asia yang berasal dari Singapura. Gerai makanan sehat ini telah berdiri sejak tahun 2009 dan merupakan salah satu restoran yang menghadirkan salad dan berbagai macam hidangan lainnya yang baik dikonsumsi bagi kesehatan. SaladStop! termotivasi dari masyarakat zaman ini yang semakin tidak memperhatikan pola makan mereka. SaladStop! hadir sebagai restoran yang berkomitmen untuk jujur, dapat diandalkan, dan terpercaya dengan menggunakan bahan-bahan yang sederhana dan alami.

SaladStop! juga terkenal dengan kampanye mereka yaitu “*Eat Wide Awake*” dan “*Trust Food Again*” yang dilakukan untuk menekankan kepada masyarakat mengenai pentingnya segala sesuatu yang masuk ke dalam tubuh dan moto ini tercermin dalam perubahan global menuju gaya hidup sehat, yang menyebabkan peningkatan signifikan dalam permintaan makanan yang tidak hanya enak, tetapi juga bergizi dan sehat bagi tubuh. Hal ini mendorong untuk masyarakat memiliki

kebiasaan cara makan yang lebih sadar dan peduli mengenai apa yang mereka konsumsi.

SaladStop! selalu berinovasi dengan menu dan promosi yang dilakukan dengan memanfaatkan perkembangan tren seperti *salad wrap*, *healthy snacks*, *healthy combo smoothie*, *Korean series menu* bahkan hingga hampers untuk dijadikan hadiah kepada orang terdekat. Hal tersebut memicu minat masyarakat khususnya milenial dan gen z untuk mencoba dan mengonsumsi salad. Milenial merupakan individu yang lahir pada tahun 1981 hingga 1996 yaitu dari umur 24 hingga 39 tahun, sedangkan gen z merupakan individu kelahiran tahun 1997 hingga 2012 yaitu dari umur 8 hingga 23 tahun (Dimock, 2019).

SaladStop! juga memudahkan akses kepada masyarakat dengan hadir di berbagai platform *e-commerce* untuk memudahkan pembelian, yang secara langsung dapat membangun nilai merek mereka sehingga dapat dikenal dan dipercaya masyarakat. Dikarenakan pemasaran dan promosi digital yang inovatif oleh SaladStop!, banyak masyarakat yang mengenal restoran ini sehingga terjadinya *word of mouth* yang dapat menimbulkan opini positif di masyarakat. *Word of mouth* itu sendiri merupakan jenis komunikasi yang berbentuk rekomendasi untuk suatu barang atau layanan (Kotler & Keller, 2012). *Word of mouth* ini kemudian membangun kepercayaan dan ekuitas merek restoran ini sehingga menimbulkan niat beli pelanggan. Ekuitas merek sangat berpengaruh bagi sebuah merek karena merupakan nilai ekstra yang diterima suatu produk dari suatu merek yang membangun preferensi konsumen (D. A. Aaker, 2018). Sedangkan pilihan untuk

memilih merek alternatif daripada sejumlah pilihan merek lain dikenal sebagai Niat Beli.

Niat Beli suatu merek juga didukung oleh Kualitas Makanan yang disediakan oleh suatu merek karena tanpa adanya kualitas makanan yang memadai, niat beli pun sulit untuk timbul dalam benak para konsumen. Pada titik ini, gaya hidup masyarakat berubah sehingga mereka mulai lebih peduli dengan kualitas makanan yang mereka makan daripada hanya kuantitasnya (Suryana et al., 2008). Kualitas Makanan merupakan kesesuaian makanan untuk dikonsumsi konsumen. Penilaian pelanggan dimulai saat konsumen mencicipi makanan yang disajikan dan kemudian mengevaluasi kualitas dari makanan tersebut. (Peri, 2006)

Pangsa pasar dari restoran makanan sehat tidak bisa dianggap remeh karena *target market* dari restoran organik ini sangatlah luas, mencakup individu yang sudah bekerja atau memiliki penghasilan serta tertarik dengan makanan sehat. Oleh karena itu, melalui survei lapangan yang dibagikan oleh penulis, sebanyak 186 responden yang memenuhi kriteria dari penelitian ini menyatakan bahwa dari segala faktor yang ada, variabel ekuitas merek, *word of mouth*, dan kualitas makanan yang merupakan faktor dengan dampak terbesar yang dapat mempengaruhi niat beli mereka dalam hal melakukan pembelian di SaladStop! Pantai Indah Kapuk. Faktor lainnya yang mempengaruhi merupakan lokasi, harga, nuansa, *food visual*, sosial media, *brand association* dan *brand loyalty*. Faktor-faktor ini juga merupakan faktor yang tidak kalah penting namun, ketiga faktor yang telah dipilih diatas merupakan pilihan mayoritas responden.

Penulis memilih untuk membahas studi yang lebih menyeluruh tentang pengaruh ekuitas merek, *word of mouth*, dan kualitas makanan terhadap niat beli di restoran makanan sehat berdasarkan latar belakang yang telah dibahas. Pembahasan penelitian ini akan dikemas dengan judul penelitian “Pengaruh Ekuitas Merek, *Word of Mouth*, dan Kualitas Makanan terhadap Niat Beli di Restoran Makanan Sehat (Studi Kasus SaladStop! Pantai Indah Kapuk)”.

B. Identifikasi Masalah

Untuk mempersempit ruang lingkup suatu penelitian berdasarkan latar belakang, diperlukan rumusan masalah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ekuitas merek, *word of mouth*, dan kualitas makanan dapat mempengaruhi niat beli di SaladStop! Pantai Indah Kapuk Jakarta Utara. Adapun permasalahan yang terkait berdasarkan latar belakang pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pola makan masyarakat yang semakin tidak ideal.
2. Masyarakat mulai memahami pentingnya kesehatan preventif
3. Kesibukan masyarakat pada zaman ini yang membuat mereka masih belum memperhatikan pola hidup sehat.

C. Pertanyaan Penelitian

1. Apakah adanya pengaruh antara ekuitas merek dengan niat beli di SaladStop! di Pantai Indah Kapuk Jakarta Utara?
2. Apakah adanya pengaruh antara *word of mouth* dengan niat beli di SaladStop! Pantai Indah Kapuk Jakarta Utara?

3. Apakah adanya pengaruh antara kualitas makanan dengan niat beli di SaladStop! Pantai Indah Kapuk Jakarta Utara?

D. Tujuan Penelitian

Berikut ini adalah tujuan yang dicapai berdasarkan bagaimana masalah dirumuskan:

1. Untuk mengetahui apakah ekuitas merek berpengaruh positif terhadap niat beli di SaladStop! Pantai Indah Kapuk Jakarta Utara.
2. Untuk mengetahui apakah *word of mouth* berpengaruh positif terhadap niat beli di SaladStop! Pantai Indah Kapuk Jakarta Utara.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas makanan berpengaruh positif terhadap niat beli di SaladStop! Pantai Indah Kapuk Jakarta Utara.

E. Manfaat Penulisan

Berdasarkan tujuan penelitian, adapun manfaat yang didapatkan yaitu sebagai berikut:

1. Kontribusi pengembangan teori:

Studi ini diharapkan dapat menjelaskan lebih lanjut dan mendalam mengenai definisi variabel ekuitas merek, *word of mouth* dan kualitas makanan terhadap niat beli. Dalam melakukan penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan kontribusi untuk memperbaharui dan mengembangkan wawasan bagi para pembacanya dengan memaparkan hasil data dan informasi yang ada.

2. Kontribusi praktik dan manajerial:

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pembaca mengenai perkembangan gaya hidup yang ada serta pengaruh ekuitas merek, *word of mouth* dan kualitas makanan terhadap niat. Hasil penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan pemahaman dan wawasan yang lebih luas. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mempelajari objek atau subjek penelitian yang serupa, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan perbandingan dari penelitian sebelumnya terkait judul penelitian ini.

F. Sistematika Penulisan

Terdapat 5 (lima) bab yang membentuk struktur penulisan penelitian ini saling berhubungan untuk membantu proses penelitian. Sistematika Penulisan untuk melakukan penulisan penelitian adalah di bawah ini:

BAB I : Bab ini berisi Informasi latar belakang, identifikasi masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan pedoman penulisan yang berfungsi sebagai pengantar.

BAB II : Bab ini adalah survei literatur yang mencakup presentasi teoretis dari banyak sumber serta temuan studi sebelumnya. Saat melakukan penelitian, hipotesis dibentuk sebagai panduan untuk mengumpulkan masalah yang sedang diselidiki.

BAB III : Bab ini merupakan metode yang digunakan dalam merancang penelitian yang meliputi gambaran umum penelitian, rancangan penelitian, penentuan sampel, pengumpulan data, pengukuran variable, dan metode analisis data menggunakan SPLS.

BAB IV : Bab ini merupakan hasil dan pembahasan yang dimana sesuai dengan metode yang telah digunakan. Dalam bab ini penulis menjawab dan memecahkan rumusan masalah yang disertai data dan konsep yang menunjang penelitian.

BAB V : Bab ini merupakan kesimpulan dari bab sebelumnya, saran yang dikemukakan penulis, serta rencana berkelanjutan penelitian.

