

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Makhluk hidup selalu memiliki kebutuhan yang sangat banyak, salah satunya dalam hal sandang dan pangan. Sandang pangan adalah kebutuhan primer pada setiap manusia, dengan sesuai berkembangnya jaman penyediaan jenis pangan semakin bervariasi dan salah satu penyedia kebutuhan jenis pangan yaitu restoran.

Ada beberapa definisi mengenai pengertian restoran menurut beberapa ahli yaitu :

1) Restoran Menurut Marsum

“suatu tempat atau bangunan yang diorganisasi secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua tamunya baik berupa makan maupun minum”. (Restoran dan Segala Permasalahannya, hal. 7)

2) Restoran Menurut Ir. Endar Sugiarto, MM & Sri Sulartiningrum, SE,

Restoran adalah suatu tempat yang identik dengan jajaran meja – meja yang tersusun rapi, dengan kehadiran orang, timbulnya aroma semerbak dari dapur dan pelayanan para pramusaji, berdentingnya bunyi – bunyian kecil karena persentuhan gelas – gelas kaca, porselin, menyebabkan suasana hidup di dalamnya” (Pengantar Akomodasi dan Restoran, hal. 77)

Fungsi utama dari restoran adalah sebagai tempat untuk menikmati jamuan menu makanan dan minuman bersama keluarga, saudara, atau teman. Menurut Royan (Remiasa dan Lukman, 2007) dengan adanya perubahan tersebut, menyebabkan terjadinya pergeseran fungsi sebuah kafe dan restoran, yang melahirkan sebuah fenomena sosial dan budaya baru. Pergeseran fungsi ini di sebabkan karena pengaruh jaman modern, sehingga restoran juga dapat di gunakan untuk berkumpul, bersosialisasi, berukar pikiran, memperluas jaringan dan bahkan menjadi salah satu tempat untuk melakukan *prospecting bussiness* antar eksekutif perusahaan. Oleh karena itu tidak dapat di pungkiri bahwa kebiasaan menikmati hidangan makan dan minum diluar rumah sudah bertambah luas dari fungsi utamanya bagi kehidupan masyarakat, sebab kebiasaan masyarakat

itu dipicu pula oleh bertambahnya jumlah pusat perbelanjaan atau *mall* di kota Surabaya yang menyediakan fasilitas makan dan minum di luar rumah (Wijaya, 2005, p.80).

Dengan bertambahnya pesatnya perilaku masyarakat yang mempunyai kebiasaan menikmati hidangan makan dan minum di restoran, bagi sebagian orang hal ini dianggap fenomena restoran dan dapat menjadi peluang bisnis oleh para pelaku usaha di bidang kuliner khususnya kafe dan restoran. Menurut (Atmodjo, 2005) para pelaku usaha bergerak dalam bidang kuliner di sebabkan karena beberapa alasan, diantaranya:

1. Potensi pasar dalam kategori ini sangat besar dan akan selalu berkembang.
2. Alat – alat penghidang makanan, sistem, control serta pertolongan fisik yang telah berkembang akan membuat bisnis restoran menjadi semakin mudah dan lancar juga serta semakin menguntungkan.
3. Dengan meningkatnya *travel*, mobilitas serta berbagai hal yang mengakibatkan keadaan tertentu yang menambah alasan untuk makan diluar, mengakibatkan pertumbuhan usaha pelayanan makanan semakin besar pula.
4. Harga makanan yang menjadi lebih tinggi merupakan kesempatan yang baik untuk mendapatkan banyak uang.

Menurut (Marsum WA, 2005) , resto atau restoran dikelompokkan menjadi beberapa jenis menurut kegiatan dan makanan atau minuman yang disajikannya, yaitu:

Tabel 1.1. Jenis-jenis restaurant

Jenis Restoran	Keterangan
A'la carte restaurant	Menu lengkap dan dan merupakan restoran tanpa aturan mengikat atau bebas.

Coffe shop	Merupakan tempat makan dan minum yang menyuguhkan suasana santai tanpa aturan yang mengikat dan biasanya menyuguhkan racikan kopi sebagai menu special diluar makanan-makanan kecil atau makanan siap saji.
Cafeteria	Merupakan tempat makan dan minum yang terbatas menyajikan roti atau sandwich serta minuman-minuman ringan yang tidak beralkohol, biasanya erat hubungannya dengan kantor.
Canteen	Merupakan tempat makan dan minum yang menyajikan berbagai makanan-makanan instan dengan harga yang terjangkau.
Continental restaurant	Restoran yang memberikan kebebasan bagi pengunjungnya untuk memilih bahkan mengiris makanan yang dipesannya sendiri.
Grill room	Restoran dengan menu masakan panggang atau barbekyu sebagai menu andalan.
Pizzeria	Restoran dengan menu pizza dan pasta sebagai menu utama
Pub	Restoran yang menjual minuman beralkohol.
Café	Tempat untuk makan dan minum dengan sajian cepat saji dan menyuguhkan suasana yang santai atau tidak resmi.
Specialty restaurant	Merupakan tempat untuk makan dan minum yang memiliki tema khusus atau kekhususan menu masakan yang akan disajikan dan biasanya memiliki citarasa yang berbeda dengan restoran lain.
Gourment restaurant	Merupakan tempat untuk makan dan minum yang biasanya diperuntukan bagi orang-orang yang sangat mengerti akan citarasa sehingga banyak menyediakan makanan-makanan lezat dengan pelayanan yang megah dan harga yang mahal.
Family restaurant	Merupakan restoran sederhana untuk makan dan minum keluarga atau rombongan dengan harga yang tidak mahal serta menyuguhkan suasana nyaman dan santai.

Main dining room	Merupakan ruang makan besar atau restoran yang umumnya terdapat di hotel, penyajian makanannya secara resmi, servis yang diberikan dapat menggunakan gaya perancis maupun rusia, sedangkan orang-orang yang datang pada umumnya juga menggunakan pakaian resmi formal.
------------------	--

Marsum W.A

Fenomena tersebut menjadi salah satu peluang bisnis bagi para pengusaha di Surabaya, Ketua asosiasi Pengusaha kafe dan restoran Indonesia (Apkrindo) Jatim Tjahjono Haryono mengatakan terus bertumbuhnya industri kafe dan restoran di Surabaya tersebut karena didukung oleh gaya hidup masyarakat yang senang “kongkow” atau bersantai, terlebih juga bisnis ini di dukung dengan berkembangnya infrastruktur di Surabaya, karena infrastruktur mempermudah kelancaran distribusi bahan baku dan memperluas cakupan bisnis kuliner di Surabaya. Tercatat ada 500 hingga 600 restaurant menengah ke atas dan 2000 usaha kuliner menengah kebawah, itu membuktikan setiap tahunnya bertambahnya jumlah cafe dan restaurant hingga depot tumbuh sekitar 10% bahkan bisa lebih.

Jaman modern identik dengan pengaruh asing, di tambah masyarakat di Indonesia mudah terpengaruh dengan budaya barat , salah satunya dalam bidang kuliner di kota Surabaya. Dalam industri kuliner terdapat beberapa jenis makanan yaitu *western*, *asian*, dan *middle east*. Jenis makanan *western* adalah salah satu yang di minati di Indonesia yang tepat nya di Surabaya, Salah satu restoran di Surabaya yang menjual hidangan jenis makanan western adalah *Carnivor Steak & Grill*.

Carnivor Steak & Grill adalah restoran western food yang baru di Surabaya melihat dari segi nama kita sudah bisa mengetahui jenis makanan apa yang mereka sajikan, *carnivor* di ambil dari kata *carnivora* yang berarti pemakan daging. Resto yang baru saja di buka ini terletak di jalan Bali di antara jalan gubeng dan jalan biliton di sekitar pusat kota Surabaya. Restoran waralaba ini berpusat di Jakarta tetapi ia juga memiliki anak cabang di kota Semarang, tetapi di Surabaya memiliki nama yang berbeda sehingga terlihat berbeda pula dengan cabang yang lainnya.

Berdasarkan fakta yang telah terurai sebelumnya penulis melihat adanya kesinambungan dalam penelitian akademik tentang behavioral intention. Dalam penelitian ini penulis memasukan beberapa variabel seperti *Quality of food, quality of service, price, place dan image*.

Quality of food dideskripsikan kualitas makanan sebagai suatu tingkatan dalam konsistensi kualitas menu yang dicapai dengan penempatan suatu standar untuk produk dan kemudian mengecek poin-poin yang harus dikontrol untuk melihat kualitas yang ingin dicapai. (Knight & Kotschevar, 2000). Carnivor memiliki kualitas menu yang konsistensi dan standart untuk produknya, di buktikan dengan kualitas menu dari Carnivor hingga sekarang tetap sama.

Quality of service adalah *one the meets or exceeds customer expectations. In effect, quality's customer satisfaction*, yang berarti bahwa suatu produk atau jasa dikatakan berkualitas apabila mampu memenuhi harapan konsumen. (Hansen dan Mowen, 2003). Carnivor memberikan pelayanan yang dapat memenuhi harapan konsumen.

Price dapat diartikan sebagai Jumlah uang (kemungkinan ditambah barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Menurut Basu Swastha (1986: 147). Carnivor memberikan harga yang terjangkau dan sesuai dengan pelayanan yang di berikan untuk konsumennya.

Place Menurut (Amirullah, 2002), keterjangkauan lokasi atau lokasi yang strategis sangat mendukung minat konsumen untuk berkunjung dan membeli sebuah produk tersebut. Carnivor bertempat di pusat kota sehingga konsumen mudah mengetahui letak dari restoran tersebut.

Image yang di katakan (Rangkuti, 2002:244) brand image adalah sekumpulan assosiasi merek yang terbentuk dan melekat di benak konsumen. Carnivor memiliki *image* yang cukup kuat untuk produknya, contoh nya ketika konsumen ingat Carnivor maka akan ingat dengan produk *Steak* nya yang terkenal.

1.2 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi antara variabel bebas dan terkait yang digunakan, diantaranya *Quality of food, quality of service, price, place dan image*. Di dalam penelitian ini, pengumpulan informasi hanya terbatas pada konsumen di Surabaya pada pria dan wanita berumur 18-60 tahun dimana usia tersebut merupakan masa dewasa dini (Kotler dan Amstrong, 2010), yang merupakan konsumen Carnivor *Steak & Grill*.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang digunakan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Quality of Food*, berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada konsumen Carnivor *Steak & Grill*.di Surabaya?
2. Apakah *Quality of Service* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada konsumen Carnivor *Steak & Grill*.di Surabaya?
3. Apakah *Price* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada konsumen Carnivor *Steak & Grill*.di Surabaya?
4. Apakah *Place* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada konsumen Carnivor *Steak & Grill* di Surabaya?
5. Apakah *Image* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada konsumen Carnivor *Steak & Grill*. di Surabaya?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan utama dari penelitian ini untuk mengevaluasi dan menentukan *behavioral intention* Carnivor *Steak & Grill*. di Surabaya, dengan tujuan secara spesifik sebagai berikut:

1. Untuk mengevaluasi dan menganalisa pengaruh *Quality of food*, terhadap *Behavioral Intention* pada konsumen Carnivor *Steak & Grill*. di Surabaya
2. Untuk mengevaluasi dan menganalisa pengaruh *Quality of Quality* terhadap *Behavioral Intention* pada konsumen Carnivor *Steak & Grill*. di Surabaya
3. Untuk mengevaluasi dan menganalisa pengaruh *Price* terhadap *Behavioral Intention* pada konsumen Carnivor *Steak & Grill*. House di Surabaya

4. Untuk mengevaluasi dan menganalisa pengaruh *Place* terhadap *Behavioral Intention* pada konsumen *Carnivor Steak & Grill*. di Surabaya
5. Untuk mengevaluasi dan menganalisa pengaruh *Image* terhadap *Behavioral Intention* pada konsumen *Carnivor Steak & Grill*. di Surabaya

1.5 Manfaat Penelitian

Dari tujuan penelitian yang telah diuraikan diatas, maka manfaat yang ingin dicapai meliputi:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membuktikan adanya hubungan variabel bebas dengan variabel terkait dalam model penelitian yang digunakan bisa diterima. Manfaat lain yang diharapkan dari penelitian ini agar dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen dengan menggunakan penerapan model dari penelitian terdahulu dalam objek yang berbeda, khususnya teori mengenai pengaruh variabel bebas (*Quality of food, quality of service, price, place dan image*) Terhadap variabel terkait *Behavioral Intention*. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memperkuat penelitian dan menjadi pedoman dalam penelitian di masa yang akan datang. Manfaat bagi penulis adalah dapat menemukan hasil dari model yang digunakan terhadap suatu objek penelitian.

1.5.2 Manfaat Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak manajerial *Carnivor Steak & Grill*. Dalam pengambilan keputusan manajerial terkait *Behavioral Intention* konsumen *Carnivor Steak & Grill*.

1.6 Sistematika penelitian

Untuk mempermudah pembahasan, maka penulisan penelitian ini disusun secara sistematika ke dalam tiga bab, yaitu

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi latar belakang masalah, atasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik bersifat teoritis maupun praktis serta sistematik penulisan

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN PENEGMBANGAN HIPOTESIS

Berdasarkan teori mengenai *Quality of food, quality of service, price, place dan image* penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, model penelitian, dan bagian alur berpikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan jenis penelitian, populasi, dan sample, metode pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel serta model analisis data