

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Peningkatan pendapatan masyarakat, membuat makanan bukan hanya dikenal sebagai sebuah cara bertahan hidup, melainkan juga menjadi sebuah gaya hidup. Kecintaan masyarakat akan makanan, membuat istilah ‘Wisata Kuliner’ menjadi salah satu kegiatan hiburan yang disukai oleh masyarakat. Hal yang sama terjadi di kota Bandung.

Bandung merupakan Kota yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan, baik dari Jakarta maupun daerah lain di Jawa. Hal ini membuat bisnis kuliner sebagai salah satu bisnis yang berkembang pesat di Kota Bandung. Karena banyaknya bisnis yang berkembang, maka persaingan dalam bisnis kuliner juga semakin tinggi. Selain rasa yang enak, sajian unik dan kreatif juga dibuat untuk menarik para pelanggan. Hal inilah yang membuat kuliner tempat wisata kuliner di Bandung berbeda dengan tempat wisata kuliner di kota lain. Selain sebagai tempat wisata yang menarik banyak pengunjung dari sekitar Jawa Barat dan DKI Jakarta, Bandung juga menyimpan sejuta rasa kuliner, banyak ragam masakan lezat dan bergizi bisa anda dapatkan disepanjang ruas jalan tempat wisata maupun jalan-jalan di Bandung.

Kecenderungan Bandung sebagai kota Kuliner, dapat dilihat dari jenis makanan khas dari kota ini. Ada *lotek, batagor, siomay, surabi, bajigur, cireng, gehu, peyeum, bandros, comro, pisang bolen*, dan masih banyak lagi. Para pengunjung bisa menemukan makanan-makanan itu di pinggir jalan atau pusat kuliner yang ada di kota ini.

Dalam bisnis kuliner, kualitas produk yang dapat dirasakan melalui Cita Rasa adalah sensasi yang diterima oleh alat pencecap yang berada di rongga mulut. Rasa ditimbulkan oleh senyawa yang larut dalam air yang berinteraksi dengan reseptor pada lidah dan indera perasa (trigeminal) pada rongga mulut. Saat ini ada 5 rasa dasar yang dapat dikenali oleh lidah manusia yaitu manis, pahit, asam, asin dan umami yang terbaru. Rasa produk merupakan senyawa yang terdapat pada suatu produk yang menyebabkan produk tersebut memiliki cita rasa. Menurut Winarno (1997) dan Sinki (2002), flavor atau cita rasa merupakan sensasi yang dihasilkan oleh bahan makanan ketika diletakkan di dalam mulut terutama yang ditimbulkan oleh rasa dan bau. Ada 3 komponen yang berperan yaitu bau, rasa dan rangsangan mulut. Komposisi makanan dan senyawa pemberi rasa dan bau berinteraksi dengan reseptor organ perasa dan penciuman menghasilkan sinyal yang dibawa menuju susunan syaraf pusat untuk memberi pengaruh dari flavor atau cita rasa.

Di sisi lain, para responden juga melihat mengenai adanya Kualitas layanan. Setelah melihat kualitas dari produk (dalam bentuk cita rasa) yang ditawarkan, maka dengan sendirinya konsumen akan mencoba membandingkan kualitas layanan yang diberikan, dan dalam hal ini perusahaan dituntut untuk memberikan kualitas layanan yang mampu memengaruhi nilai yang lebih, sehingga berbeda dengan kualitas layanan pesaing sehingga kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor pertimbangan konsumen sebelum membeli produk. Dengan kualitas layanan yang memuaskan, mendorong konsumen untuk melakukan pembelian produk yang bersangkutan. Jika suatu perusahaan mampu memberikan pelayanan yang baik, secara langsung atau tidak langsung, citra layanannya akan tersebar luas karena kepuasan yang dirasakan pelanggannya akan disampaikan pelanggan yang satu ke pelanggan lainnya secara berantai, sehingga dapat menarik pelanggan yang lebih banyak.

Salah satu tempat wisata kuliner yang cukup dikenal di kota Bandung, adalah Sate Maulana Yusuf. Banyak pengunjung menyukai berkunjung ke restoran sate ini, karena selain tempatnya yang mudah di cari karena berada di tengah kota Bandung, juga karena terkenal akan sate ayam nya yang ukuran besar. Nama Maulana Yusuf sendiri diambil dari nama jalan tempat sate ini dijual yaitu Jl Maulana Yusuf, tidak jauh dari Jl Ir. H. Juanda/Dago. Andalannya dari awal adalah Sate Ayamnya, yang cukup dikenal di kalangan para pengunjung, karena besar-besar dan dikenal nikmat.

Sate Ayam Maulana Yusuf, juga memiliki kompetisi dengan restoran sate lainnya. Rata-rata penjual sate yang terkenal di Bandung menjadikan sate kambing sebagai "unggulan"-nya, sebut saja Sate Hadori, Sate Gino, Sate Kardjan, Sate Haris dan sebagainya. Mungkin itu juga yang membuat Sate Maulana Yusuf seolah tak punya "saingan" dalam menyajikan sate ayam dengan kualitas dan juga harga yang premium. Namun, dengan semakin pesatnya persaingan yang terjadi, maka perlu ada usaha yang dilakukan oleh Sate Ayam Maulana Yusuf untuk meningkatkan kemampuan bersaingnya.

Perilaku konsumen merupakan tindakan yang dilakukan secara fisik oleh konsumen sehingga dapat diamati dan diukur langsung oleh orang lain (Olson, 2005). Beberapa contoh perilaku konsumen antara lain berbelanja di mall, membeli produk, dan menggunakan kartu kredit. Perilaku konsumen di suatu wilayah akan dipengaruhi oleh budaya yang berkembang di wilayah tersebut, ketersediaan sarana dan prasarana transportasi, gaya hidup, trend, serta faktor demografis. Kotler (2014) mengungkapkan bahwa Perilaku konsumen merupakan studi tentang cara individu, kelompok, dan organisasi menyeleksi, membeli, menggunakan, dan memposisikan barang, jasa, gagasan, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Dalam memilih konsumen memiliki pertimbangan-pertimbangan tertentu, karena tiap konsumen memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda mengenai produk yang akan dibeli, dengan harga berapa akan dibeli, cita rasa produk yang konsumen diharapkan. Memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen merupakan hal yang kritis. Konsumen yang merasa puas diharapkan melakukan tindakan pembelian, pembelian ulang, dan bahkan memberitahunya kepada orang lain, sehingga dapat menempatkan pesaing di urutan terbawah atau sebaliknya

Dalam menciptakan kepuasan pembelian, maka perlu diciptakan cita rasa produk yang baik. Dengan adanya cita rasa produk juga akan menentukan citra perusahaan itu sendiri. Citra perusahaan yang baik dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan untuk bertahan terhadap persaingan dalam membentuk pelanggan yang loyal. Bukan hanya itu, adanya pelayanan yang diterima dari konsumen merupakan hal yang penting dalam meningkatkan proses pembelian. Cita rasa produk dan kualitas layanan sebagai salah satu sarana komunikasi yang dapat berakibat positif dan menguntungkan dibuat semenarik mungkin. Tetapi sebaliknya mungkin juga dapat menghambat proses pembelian.



Untuk itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi dan menguji pengaruh suasana toko terhadap emosi pelanggan dan keputusan pembelian. Untuk itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Analisis Pengaruh Cita rasa produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada RM Sate Maulana Yusuf, Bandung.”

### **1.2. Rumusan Masalah**

Dalam penelitian ini, peneliti memiliki rumusan masalah sebagai berikut:

- Seperti apakah Pengaruh Cita rasa produk terhadap Keputusan Pembelian pada RM Sate Maulana Yusuf, Bandung?
- Seperti apakah Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada RM Sate Maulana Yusuf, Bandung?
- Seperti apakah Pengaruh Cita rasa produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada RM Sate Maulana Yusuf, Bandung?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Melakukan analisis terhadap pengaruh dari Cita rasa produk terhadap Keputusan Pembelian pada RM Sate Maulana Yusuf, Bandung
- Melakukan analisis terhadap pengaruh dari Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada RM Sate Maulana Yusuf, Bandung
- Melakukan analisis terhadap pengaruh dari Cita rasa produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada RM Sate Maulana Yusuf, Bandung

### **1.4. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini adalah:

- Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi Sate Maulana Yusuf, untuk melihat pengaruh antara Cita rasa produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

- Bagi Peneliti

Menjadi dasar bagi peneliti untuk dapat melakukan penelitian empiris yang sesuai dengan standar penelitian

- Bagi Pembaca umum

Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan topic yang sama

