

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dewasa ini persaingan dalam melakukan bisnis sangatlah ketat terutama pada era modern seperti ini khususnya dalam bidang kuliner. Dalam bidang kuliner mobilitas kalangan anak muda di kota Bandung yang semakin tinggi menyebabkan banyak kegiatan yang dilakukan di luar rumah termasuk makan. Selain itu tingkat pendidikan kalangan anak muda di kota Bandung yang semakin tinggi ketika makan mempengaruhi kualitas makanan yang dikonsumsi. Terjadinya perkembangan bisnis kuliner yang pesat didasari oleh perubahan sikap dan perilaku konsumen anak muda. Fenomena ini didukung oleh banyaknya generasi anak muda yang lebih menyukai makan dan menghabiskan waktu di cafe atau restoran untuk menyantap berbagai makanan yang telah disediakan (Sela, Azalia dan Monik, 2018). Untuk itu perlu dilakukan analisis sikap dan perilaku anak muda terhadap kualitas makanan yang disajikan oleh restaurant atau cafe.

Istilah perilaku erat hubungannya dengan objek yang studinya diarahkan pada permasalahan manusia. Di bidang studi pemasaran, konsep perilaku konsumen secara terus-menerus dikembangkan dengan berbagai pendekatan. Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. Untuk memahami apa yang mereka pikirkan, (kognisi) dan

mereka rasakan (pengaruh), apa yang mereka lakukan (perilaku), dan apa serta dimana (kejadian sekitar) yang mempengaruhi serta dipengaruhi oleh apa yang dipikirkan, dirasa, dan dilakukan oleh konsumen. Dari definisi tersebut diatas terdapat tiga ide penting, yaitu : (1) perilaku konsumen dinamis; (2) hal tersebut melibatkan interaksi antara afeksi dan kognisi, perilaku dan kejadian disekitar; dan (3) hal tersebut melibatkan pertukaran (Nugroho, 2013). Arti sikap sendiri merupakan suatu ekspresi perasaan seseorang merefleksikan kesukaan atau ketidaksukaannya terhadap suatu objek. Karena sikap seseorang merupakan hasil dari suatu proses psikologis, maka hal itu tidak diamati secara langsung tetapi harus disimpulkan dari apa yang dikatakan (Damiani, et al, 2017).

Penelitian sebelumnya menyoroti bagaimana konsumen muda berperilaku. Telah banyak berubah dalam dua dekade terakhir sejak permintaan akan nutrisi yang sehat, nyaman dan makanan yang aman telah secara bertahap membaik di antara mereka. Pada kalangan anak muda semakin banyak meminta tambahan keamanan pangan dan pendidikan kesehatan. Karena itu, meningkatnya perhatian terhadap makanan berkualitas tinggi, alami, dan berkelanjutan dengan cepat muncul. Terlepas dari kecenderungan ini, perilaku makanan pada kalangan anak muda selalu begitu dianggap lebih dari sudut pandang medis dan gizi. Literatur yang masih ada dibidang pemasaran membahas topik-topik spesifik mengenai konsumsi makanan anak muda seperti: Konsumsi makanan organik, dan kebiasaan makanan cepat saji (Elisabetta, et al, 2017).

Dalam jurnal penelitian Willy (2017) untuk menentukan makanan yang baik itu perlu melihat kualitas makanan tersebut, kualitas makanan merupakan atribut-

atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas makanan secara umum sudah diterima sebagai salah satu elemen mendasar dari keseluruhan pengalaman konsumen di restoran. Kualitas makanan adalah semua ketentuan yang telah ditetapkan berhubungan dengan karakteristik kualitas makanan yang diperlukan untuk memuaskan keinginan dan harapan konsumen. Penelitian sebelumnya menyatakan kualitas produk pada bidang food and beverage memiliki 4 dimensi, yaitu: *freshness* (kesegaran makanan), *presentation* (penyajian makanan), *well cooked* (makanan yang dimasak dengan baik/tepat), dan *variety of food* (keanekaragaman makanan). Apabila kualitas makanan yang diberikan bagus akan menguntungkan kedua belah pihak, bagi pihak restaurant akan mendapatkan citra yang baik dan keuntungan dalam bisnisnya, sedangkan bagi kualitas makanan adalah salah satu cara terbaik untuk memaksimalkan keberhasilan dalam bisnis.

Oleh karena itu, kualitas makanan sangat berpengaruh pada kepuasan konsumen. Beberapa faktor yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah kualitas layanan dan kualitas produk. Kualitas layanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Pelayanan yang baik dapat menentukan kepuasan konsumen adalah kualitas jasa, yaitu : fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).

Dalam jurnal penelitian Taufik A (2017), menyatakan penelitian mengenai perilaku konsumen memberikan informasi yang penting bagi manajer pemasaran untuk mengembangkan strategi dan taktik pemasaran. Sehingga dengan kegiatan

dalam kegiatan pemasaran, para manajer pemasaran dapat mengetahui nilai-nilai apa yang dimiliki konsumen sehingga dapat menciptakan dan menyampaikan barang atau jasa sesuai nilai yang diinginkan atau dibutuhkan konsumen. Penelitian ini juga menyebutkan bahwa pemahaman akan factor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan dan menganalisis siapa yang makan diluar serta frekuensi mereka melakukannya adalah data yang sangat berharga bagi *food and beverage manager*.

Hasil penelitian sebelumnya Abdul, et al (2014) menyatakan kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan pelanggan atau pengguna barang maupun jasa. Dalam penelitian yang digunakan untuk mengukur kualitas produk makanan (*food quality*) terdapat empat dimensi, yang antara lain adalah: (1) *freshness* yang merupakan unsur kesegaran dari makanan. (2) *presentation* yang merupakan tampilan atau bentuk atau bentuk penyajian makanan. (3) *taste* yang merupakan rasa dari makanan itu sendiri. (4) *innovative food* yang merupakan keahlian dalam melakukan inovasi seperti variasi rasa, pencampuran bahan satu dengan bahan makanan lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan tidak signifikan.

Menurut penelitian sebelumnya Jimmy dan Sugiono (2013) dalam hal ini, makanan merupakan produk utama dari sebuah restoran. Makanan merupakan suatu

tingkatan dalam konsistensi kualitas menu yang dicapai dengan penetapan suatu standar produk dan kemudian mengecek poin-poin yang harus dikontrol untuk melihat kualitas yang ingin dicapai. Setiap produk makanan mempunyai standar sendiri, jadi terdapat banyak standar dalam setiap menu makanan. Sedangkan penelitian ini membagi produk, khususnya masakan atau makanan, dalam beberapa kategori dan penjelasan singkat, yaitu:

1. Kualitas dalam hal rasa

Kualitas rasa yang di jaga dengan baik sesuai cita rasa yang diinginkan konsumen.

2. Kuantitas atau porsi

Kuantitas atau porsi masakan yang sesuai dengan keinginan konsumen.

3. Variasi menu dan variasi jenis masakan yang ditawarkan

Variasi menu masakan yang disajikan dari bermacam-macam jenis masakan dan variasi jenis makanan yang beraneka ragam.

4. Cita rasa yang khas

Cita rasa yang khas yang berbeda dan hanya ada di sebuah restoran tertentu.

5. Higienitas atau kebersihan

Higienitas makanan yang selalu dijaga.

6. Inovasi

Inovasi masakan baru yang ditawarkan membuat konsumen tidak bosan dengan produk yang monoton sehingga konsumen memiliki banyak pilihan.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis dalam penelitiannya mengambil judul **“Sikap dan perilaku konsumen terhadap kualitas makanan pada kalangan anak muda : empiris bukti dari survey”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang dan identifikasi masalah, maka peneliti merumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

- bagaimana sikap dan perilaku anak muda terhadap kualitas makanan di kota bandung.

## **1.3 Tujuan Riset Penelitian**

Tujuan dari penelitian adalah :

1. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis sikap dan perilaku anak muda terhadap kualitas makanan.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Kegunaan penelitian ditujukan untuk:

1. Bagi perusahaan/pelaku usaha makanan (Kuliner)

Sebagai pemahaman pentingnya mempertahankan *kualitas makanan*, menjaga kualitas makanan, dan mengetahui pengaruhnya terhadap sikap dan perilaku konsumen serta diharapkan perusahaan/pelaku usaha makanan (Kuliner) dapat menyusun strategi untuk meningkatkan volume penjualan. Perusahaan/pelaku usaha makanan (Kuliner) diharapkan dapat lebih meningkatkan citra kualitas makanan baik dari segi produk atau perusahaan untuk mempertahankan konsumen dalam persaingan yang ada. Hasil penelitian dapat digunakan untuk memecahkan masalah yaitu

masalah praktis dalam perusahaan yang ada hubungannya dengan penelitian yang akan di gunakan. Perusahaan/pelaku usaha makanan (Kuliner) diharapkan dapat membuat suatu pertimbangan untuk mengambil keputusan manajerial dalam mempertahankan dan meningkatkan kualitas makanan serta bagaimana pengelolaannya yang baik agar minat beli konsumen tetap tertuju pada perusahaan.

2. Bagi akademisi.

Memberikan informasi dan referensi tambahan mengenai kualitas makanan yang dapat digunakan dan dimanfaatkan oleh peneliti selanjutnya dalam mengembangkan teori kualitas makanan yang berpengaruh pada sikap dan perilaku konsumen. Peneliti selanjutnya diharapkan mampu untuk mengembangkan variabel-variabel selain kualitas makanan yang dapat berpengaruh pada sikap dan perilaku konsumen dan membandingkan tingkat pengaruhnya. Hal ini dimaksudkan untuk dapat mengetahui lebih lanjut variabel manakah yang memiliki pengaruh tertinggi pada sikap dan perilaku konsumen.

Penelitian diharapkan dapat membantu para akademik untuk mengembangkan strategi melalui penciptaan merek yang kuat didasari dengan memahami konsep *kualitas makanan* berbasis kalangan anak muda sehingga dapat digunakan untuk kemajuan bidang ilmu pengetahuan.

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai adanya pengaruh positif *kualitas makanan* pada sikap dan perilaku konsumen yang dimoderasi oleh variabel kalangan anak muda berupa

gender, umur, dan pekerjaan sehingga dapat memperluas dan mengembangkan penelitian selanjutnya.

