

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bisnis yang sangat berpengaruh dalam perubahan budaya masyarakat saat ini adalah bisnis kuliner. Istilah kuliner mengacu pada segala suatu hal yang berhubungan dengan masakan dan minuman, mulai dari proses memasaknya, resep, dan budaya makan. Banyak sekali beragam kuliner di Kota Bandung, salah satunya jajanan khas Negara Jepang. Di Tengah perkembangan kuliner global, kuliner jajanan khas jepang kini telah berhasil menarik perhatian banyak bagi pecintan kuliner. Di Kota Bandung sudah banyak bisnis kuliner yang memasarkan dan menawarkan jajanan ini.

Heroes merupakan kedai makanan yang menawarkan kuliner otentik khas Negara Jepang. Heroes berlokasi di Mall Cihampelas Walk, jalan Cihampelas No. 160, Cipaganti. Heroes menawarkan dan menyediakan menu makanan khas Jepang yaitu Takoyaki dan Okonomiyaki, selain makanan kedai ini juga menyediakan minuman. Takoyaki dan okonomiyaki merupakan jajanan khas Jepang yang di buat menggunakan adonan berbahan dasar tepung terigu, dengan isian potongan macam – macam topping salah satunya gurita.

Mengingat banyaknya kuliner jajanan khas Negara Jepang di Kota Bandung, membuat persaingan di dalam bisnis kuliner semakin ketat dan dapat menimbulkan banyak konsekuensi. Perusahaan harus lebih mampu memahami dan mengetahui apa yang akan di butuhkan dan diharapkan saat ini ataupun di masa yang akan

datang. Dalam industri kuliner yang semakin kompetitif, memahami cara konsumen berperilaku menjadi sangat penting dalam keputusan pembelian. Perilaku konsumen tidak hanya mencakup pada keputusan pembelian namun juga preferensi, persepsi dan kebutuhan menjadi salah satu kunci penting bagi perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan bisnisnya. Setiap individu pasti memiliki persepsi, preferensi, dan motivasi yang berbeda dalam mengambil keputusan pembelian. Perusahaan di tuntut untuk memiliki ciri khas dan keunggulan pada produk dengan tujuan mendapatkan perhatian dari para konsumen untuk mempertahankan pangsa pasar yang sudah ada.

Menurut Loudon dan Bitta, dalam (Kusumawati, 2019:2) “perilaku konsumsi adalah suatu proses pengambilan keputusan yang mensyaratkan perilaku individu untuk mengevaluasi, memperoleh, menggunakan dan mengatur barang dan jasa”. Perilaku konsumen (consumer behavior) adalah kajian tentang cara seseorang atau individu, kelompok, ataupun organisasi dalam menentukan pilihan, membeli, menggunakan, dan pengalaman dalam memenuhi kebutuhan dan harapan individu dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Menurut Engel, Blackwell dan miniard dalam buku Pemasaran & Kepuasan Pelanggan, Dr. Meithiana Indrasari (2019:14) Perilaku konsumen mencakup segala tindakan yang berkaitan dengan produk dan jasa, meliputi proses pengambilan keputusan sebelum dan sesudah aktivitas pembelian langsung.

Secara umum, strategi pemasaran lebih diarahkan pada proses keputusan pembelian konsumen dalam memilih merek produk tertentu di antara beragam opsi yang ada,. Keputusan pembelian yang diambil konsumen didasarkan pada

pertimbangan dari berbagai aspek atau elemen yang terkait. Hal ini dilakukan karena setiap individu pasti melakukan terlebih dahulu proses evaluasi sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk.

Beberapa tantangan yang sedang di hadapi oleh Heroes cabang Bandung, salah satunya akibat perubahan perilaku konsumen yang tidak sesuai ekspektasi yang mengakibatkan pada keputusan pembelian, sehingga Heroes mengalami penurunan penjualan dalam beberapa bulan terakhir seperti pada data penjualan dibawah ini:

Tabel 1. 1
Data Penjualan Heroes Bandung 2023-2024

No	Bulan	Penjualan (Rp)	Peningkatan/ Penurunan	Persentase
1.	September	14.305.000		
2.	Oktober	16.283.000	1.978.000	11%
3.	November	15.998.000	-285.000	-2%
4.	Desember	22.474.000	2.476.000	12%
5.	Januari	16.933.000	-3.541.000	-21%
6.	Februari	15.355.000	-1.578.000	-10%
7.	Maret	13.012.000	-2.343.000	-18%
8.	April	12.031.000	-981.000	-8%
9.	Mei	11.430.000	-601.000	-5%
10.	Juni	10.972.000	-457.000	-4%

Sumber : Data Penjualan di Heroes Bandung

Berdasarkan pada tabel 1.1 diatas dapat di nyatakan bahwa penjualan pada Heroes Bandung mengalami fluktuatif. Fenomena ini menunjukkan adanya ketidakstabilan dalam penjualan, yang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Salah satu faktor yang berperan adalah tingkat keputusan pembelian yang masih rendah, sehingga berdampak pada fluktuasi penjualan. Faktor-faktor yang diduga mempengaruhi rendahnya keputusan pembelian yaitu adanya perubahan dari

perilaku konsumen. Setiap pelanggan secara individu memiliki preferensi yang bersifat dinamis serta mempertimbangkan berbagai aspek dalam menentukan produk yang akan dibeli didasari oleh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis.

Konsumen mengalami perubahan selera atau minat pada makanan jepang khususnya takoyaki dan okonomiyaki, karena menurunnya stigma pada makanan asing yang bukan makanan kita. Selain itu, pengaruh dari lingkungan sosial konsumen cenderung mengarahkan pembelian ke tempat lain yang dimana ditempat lain lebih banyak pilihan menunya dan lebih beragam. Berikut perbandingan menu di Heroes dengan menu di tempat lain.

Tabel 1. 2
Perbandingan Menu Heroes Bandung

Heroes	Nobitakoyaki	Ikuyo Japanese Snack and Ice Cream
Takoyaki	Takoyaki	Takoyaki
Okonomiyaki	Dimsum	Mini yaiyaki
Teh Pucuk	Mentai Rice	Dalou Cheese
Mineral	Shirataki Mentai Salmon	Mochi Matcha
	Kimbab	Matcha Tacos
	Sushi	Ichigo Ice Cream
		Ichigo Squash
		Matcha Latte

Sumber : Data diolah penulis

Berdasarkan tabel 1. 2 diatas menunjukkan memang ada perbedaan mengenai menu yang ditetapkan oleh Heroes Bandung. Hal ini diduga dapat berpengaruh pada kepuasan pembelian.

Perubahan gaya hidup dan pola makanan generasi muda di Kota Bandung memiliki gaya hidup yang global dalam hal kuliner. Namun, faktor ekonomi seperti pendapatan dan harga makanan di Heroes juga mempengaruhi kunjungan mereka. Oleh karena itu mereka lebih memilih membeli apa yang mereka butuhkan daripada apa yang mereka inginkan.

Motivasi dan persepsi konsumen terhadap makanan Jepang untuk mencoba seperti takoyaki dan okonomiyaki bervariasi. Beberapa konsumen tertarik karena keinginan mencoba hal yang baru, sementara beberapa yang lain memiliki persepsi masih ragu karena makanan khas Jepang terbelah selalu mentah atau setengah matang. Oleh karena itu, perusahaan harus lebih cermat dalam memahami perubahan perilaku konsumen.

Berdasarkan wawancara penulis dengan pihak manajemen dari Heroes Bandung menyatakan bahwa belum pernah melakukan pengukuran pada keputusan pembelian terhadap perilaku konsumen. Oleh karena itu, untuk memperkuat pemahaman terhadap hal ini, penulis melakukan awal survey dengan menyebarkan kuesioner kepada 25 responden yang merupakan pelanggan dari Heroes Bandung. Berikut ini hasil pra survey yang dilakukan peneliti di Heroes Bandung, mengenai variabel keputusan pembelian sebagai berikut :

Tabel 1. 3

Hasil Kuesioner Pra Survey Keputusan Pembelian Heroes Bandung

No	Pertanyaan	Jawaban				Responden
		YA		TIDAK		
		f	%	F	%	
1.	Apakah anda sering melakukan keputusan pembelian pada Heroes	7	28%	18	72%	25
2.	Mencari informasi tentang Heroes sebelum membuat keputusan pembelian	7	28%	18	72%	25
3.	Apakah anda melakukan evaluasi pada produk Heroes sebelum membuat keputusan pembelian	6	16%	21	84%	25
4.	Apakah anda merekomendasikan Heroes kepada keluarga/teman – teman	10	40%	15	60%	25
5.	RATA – RATA		28%		72%	

Sumber : Responden Pelanggan di Heroes Bandung

Dapat dilihat dari tabel 1. 3 pada kuesioner pra survey terhadap keputusan pembelian menyatakan rata – rata 28% responden menjawab “YA”, sedangkan dengan rata – rata 72% responden menjawab “TIDAK”. Keputusan pembelian di Heroes Bandung masih jauh dari harapan perusahaan, karena pelanggan tidak sering melakukan pembelian di Heroes. Pelanggan juga tidak banyak merekomendasikan ke pada orang lain, selain itu masih banyak juga pelanggan yang ingin mencoba makanan jepang merek lain yang ada di Kota Bandung.

Mengingat situasi ini, upaya untuk meningkatkan keputusan pembelian, yang kemungkinan besar akan meningkatkan penjualan Heroes. Oleh sebab itu, Perusahaan perlu melakukan peningkatan dan evaluasi terhadap keputusan pembelian pelanggan yang dipengaruhi oleh perilaku konsumen.

Tabel 1. 4

Hasil Kuesioner Pra Survey Perilaku Konsumen Heroes Bandung

No	Pertanyaan	Jawaban				Responden
		YA		TIDAK		
		f	%	F	%	
1.	Apakah anda membeli produk Heroes dikarenakan pengaruh budaya di sekitar lingkungan	8	32%	17	68%	25
2.	Apakah produk Heroes sudah sesuai dengan siklus hidup dan usia anda	4	16%	21	84%	25
3.	Apakah ada pengaruh dari orang lain untuk pembelian selain di Heroes	10	40%	15	60%	25
4.	Apakah produk Heroes sudah memenuhi persepsi anda	5	20%	20	80%	25
5.	RATA – RATA		27%		73%	

Sumber : Responden Pelanggan di Heroes Bandung

Berdasarkan hasil pra survey pada tabel 1. 4 dapat di lihat bahwa nilai rata – rata yang menjawab “YA” ada 27%, sedangkan responden yang menjawab “TIDAK” ada 73%. Situasi ini mengindikasikan Heroes belum sepenuhnya preferensi dan pola perilaku konsumen. Melihat permasalahan pada kuesioner di atas, Heroes perlu mengambil langkah – langkah proaktif untuk meningkatkan daya tarik pelanggan. Sebab perilaku konsumen cenderung akan berubah seiring dengan perkembangan zaman, karakteristik, individu dan budaya setempat.

Pada sebelumnya menunjukkan adanya pengaruh dari variabel perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian ulang. Hasil ini mengindikasikan bahwa perubahan secara simultan perilaku konsumen berpengaruh signifikan menimbulkan perubaaahan terhadap keputusan pembelian ulang menurut Khotim Fadhli, Elsa Dwi Aprilia, Ino Angga Putra dalam (Fadhli et al., 2021:100).

Kemudian, penelitian ini menyatakan bahwa perilaku konsumen dan minat konsumen berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di Pasar Baru Kota Banjarmasin Tengah menurut penelitian Nurul Huda, Akhmad Hulaily, Zakiyah, Parman Komarudin, dalam (Huda et al., 2023:7).

Melihat dari hasil survey awal mengenai variabel perilaku konsumen, di temukan adanya permasalahan terkait keputusan pembelian, sehingga dituntut untuk mengambil langkah – langkah yang lebih kreatif dan proaktif dalam upaya meningkatkan penjualan.

Mengacu pada penjelasan latar belakang dan temuan hasil survey awal, peneliti merasa perlu melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Heroes Bandung”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas, dapat diidentifikasi adanya beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Heroes Bandung mengalami ketidakstabilan pada penjualan sehingga mengalami fluktuasi pada penjualan
2. Tingkat keputusan pembelian pada Heroes Bandung relatif masih rendah karena adanya perubahan perilaku konsumen
3. Adanya beberapa faktor yang menjadi penyebab perubahan pada perilaku konsumen di Heroes Bandung

1.3. Batasan Masalah

Dalam mewujudkan tujuan yang di harapkan, peneliti perlu membatasi masalah penelitian agar penelitian dapat dilaksanakan secara lebih terfokus dan mendalam. Batasan masalah yang akan diterapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya berfokus pada variabel perilaku konsumen dan keputusan pembelian
2. Variabel bebas pada penelitian ini adalah perilaku konsumen
3. Variabel terikat pada penelitian ini adalah keputusan pembelian
4. Penelitian ini dilakukan di Heroes Bandung
5. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan di Heroesn Bandung

1.4. Rumusan Masalah

Mengacu pada identifikasi masalah dan batasan masalah, maka rumusan masalah yang akan dikaji pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kondisi perilaku konsumen pada Heroes Bandung
2. Bagaimana kondisi keputusan pembelian pada Heroes Bandung
3. Seberapa besar pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian pada Heroes Bandung.

1.5. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.5.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini dilakukan adalah untuk mendapatkan, mempelajari, serta menganalisis data dan informasi guna menarik kesimpulan dan

mendapatkan bukti nyata terkait pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian pada Heroes di Bandung yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan mencapai gelar Sarjana pada fakultas ekonomi di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

1.5.2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis kondisi perilaku konsumen pada Heroes Bandung
2. Mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis kondisi keputusan pembelian pada Heroes Bandung
3. Mengukur pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian pada Heroes Bandung

1.6. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan besar harapan peneliti bisa berkontribusi dan memberikan manfaat dalam beberapa aspek penting pada penelitian ini sebagai berikut :

1.6.1. Manfaat teoritis

Dengan penelitian ini, harapan peneliti adalah dari hasil penelitian ini dapat memperkuat konsep dan teori, serta bermanfaat bagi semua pihak untuk memperluas wawasan ilmu pengetahuan khususnya manajemen pemasaran, untuk meningkatkan kesuksesan suatu perusahaan.

1.6.2. Kegunaan Praktis

1. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini, bahwa temuan – temuan yang dihasilkan dapat memberikan informasi kepada Heroes mengenai perilaku konsumen dan keputusan pembelian. Selain itu juga, dari hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan dan pertimbangan perubahan khususnya bagi perusahaan.

2. Bagi Akademik

Harapannya dengan di lakukannya penelitian ini mampu memberikan pencerahan dan pemahaman bagi yang membaca, serta dapat dijadikan sebagai sumber acuan bagi para peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian lebih mendalam terkait pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian.

3. Bagi Peneliti

Dapat memperluas wawasan dan pengetahuan peneliti untuk mempelajari, mengembangkan keterampilan penelitian seperti mengumpulkan dan melaporkan hasil penelitian, serta memecahkan masalah dan menyelesaikannya.

1.7. Lokasi dan Waktu Penelitian

1.7.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini di lakukan di Heroes Bandung yang terletak di salah satu Mall di Bandung yaitu Cihampelas Walk Bandung, terdapat di Jl. Cihampelas No. 160, Cipaganti, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat. Adapun waktu

penelitian yang dilaksanakan pada periode bulan Maret 2024 sampai seleksi dengan alokasi sebagai berikut.

1.7.2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 6 bulan, dimana pada bulan Maret sampai dengan bulan Agustus 2024.

Tabel 1. 5
Waktu Penelitian

No	Uraian Kegiatan	Jadwal Kegiatan											
		Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agust	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb
1	Pengajuan Judul	■											
2	Penyusunan BAB I	■	■	■									
3	Proses Bimbingan			■									
4	Penyusunan BAB II				■								
5	Penyusunan BAB III					■							
6	Sidang UP												
7	Pembayaran Kuesioner												
8	Pengolahan Data								■	■	■	■	■
9	Penyusunan BAB IV								■	■	■	■	■
10	Penyusunan BAB V								■	■	■	■	■
11	Sidang Akhir								■	■	■	■	■

Sumber : Data diolah Penulis