

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Jumlah penduduk Indonesia yang sangat besar bisa menjadi pasar yang sangat potensial bagi perusahaan – perusahaan restoran, kafe, ataupun rumah makan untuk memasarkan produk – produk makanan dari perusahaan tersebut. Terlebih orang Indonesia merupakan konsumen yang loyal dan ingin tau tentang produk – produk baru yang sedang digandrungi oleh masyarakat lainnya. Perusahaan dalam negeri maupun luar negeri berusaha mendirikan usaha bisnis dan menciptakan jenis – jenis produk yang nantinya akan digemari oleh calon pelanggan. Banyaknya perusahaan ini menciptakan adanya suatu persaingan bisnis, perusahaan dapat menjadi pemenang dalam persaingan bisnisnya apabila perusahaan mampu menjaring pelanggan sebanyak – banyaknya.

Dalam kehidupan sehari – hari pada umumnya orang – orang sangat membutuhkan energi untuk selalu melakukan segala aktivitasnya. Untuk itu agar tubuh kita memperoleh energi untuk beraktivitas, maka tubuh kita memerlukan karbohidrat dan zat lainnya. Oleh karena itu untuk mendapatkan karbohidrat salah satunya dengan mengkonsumsi makanan – makanan yang bergizi. Untuk mendapatkan makan yang bergizi kita dapat memasak sendiri atau mencari makanan instant atau yang tersedia di kafe – kafe, rumah makan ataupun restoran.

Dengan adanya minat dari masyarakat tersebut menimbulkan persaingan dari para pengusaha kafe, restoran dan rumah makan. Sehingga para pengusaha tersebut terus berusaha menonjolkan keunikan dan kekhasan dari restoran mereka. Keunikan yang ditonjolkan bisa saja dari dekorasi ruangan, menu – menu yang disajikan, harga, pelayanan / *service*, dan lain – lain. Usaha makanan di Indonesia kini tidak hanya menyajikan menu – menu khas Indonesia, akan tetapi juga telah merambah ke makanan *ala* Luar Negeri.

“*Sushi Tei*” adalah salah satu restoran yang melihat potensi tersebut. Rumah makan yang berasal dari Negara Jepang ini mulai banyak di minati oleh masyarakat Indonesia, walaupun harganya tidak terlalu murah namun restoran ini selalu ramai dikunjungi oleh masyarakat, tema dan konsep restoran *sushi tei* ini sangat bagus dimana suasana dan ruangan di *sushi tei* ini sangatlah nyaman, sehingga enak untuk jadi tempat makan, selain itu disini untuk memanggil pelayan tidak perlu susah - susah untuk angkat tangan ataupun berteriak, ada bel yang disediakan untuk memanggil pelayan, ada 2 pilihan kursi kalau kita ingin duduk disini, kita bisa duduk di kursi seperti biasa atau kita bisa duduk di kursi di dekat meja sushi yang berjalan, sehingga bisa langsung kita ambil kalau kita mau makan, serta disini juga kita bisa lihat para koki membuat sushi yang akan diletakkan di meja yang berjalan tersebut.

“*Sushi Tei*” kini terus berkembang dengan membuka cabang di seluruh Mal Indonesia seperti, Jakarta, Makasar, Bandung, dan kota – kota besar lainnya. Pengelolaan cabang dipercayakan oleh pemilik kepada orang – orang yang telah lulus kualifikasi ketenaga kerjaan.¹Berdasarkan keterangan dari data siklus penjualan yang saya baca saat di *Sushi Tei*, Sampai saat ini diketahui bahwa cabang yang paling ramai dikunjungi oleh pengunjung di JABODETABEK adalah cabang Jakarta yaitu Plaza Senayan.

Berdasarkan hal – hal tersebut, maka penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul **ANALISIS SIKAP DAN PERILAKU KONSUMEN “*SUSHI TEI*” CABANG JAKARTA DI PLAZA SENAYAN.**

¹Kuncoro Adi Pangestu, *Laporan Praktek Kerja Industri (prakerin) di Sushi Tei*, Jakarta, 2011-2012

B. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Banyaknya resto yang menyajikan atau memproduksi makanan jenis *sushi*
- b. Banyaknya pesaing atau kompetitor restoran yang menawarkan produk sejenis dengan harga yang lebih murah
- c. Selera konsumen terhadap rasa *sushi* yang beraneka ragam.
- d. Sikap konsumen yang lebih suka coba - coba
- e. Promosi yang mempengaruhi keinginan konsumen dalam memilih *Sushi Tei*.

2. Pembatasan Masalah

Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Penulis membatasi masalah hanya pada produk *Sushi Tei*.
- b. Penulis membatasi penelitian pada faktor – faktor 4P (produk, harga, tempat, promosi)

C. Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana Sikap konsumen terhadap “*Sushi Tei*” cabang Plaza Senayan?

- b. Bagaimana Perilaku konsumen terhadap “*Sushi Tei*” cabang Plaza Senayan?

D. Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan penelitian didalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Menganalisa bagaimana sikap konsumen “*Sushi Tei*” cabang Plaza Senayan
- b. Untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen “*Sushi Tei*” cabang Plaza Senayan

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan :

1. Sebagai tambahan pengetahuan bagi penulis tentang faktor – faktor yang mempengaruhi sikap dan perilaku dalam pembelian produk *Sushi Tei*
2. Bagi mahasiswa penelitian ini akan menambah pengetahuan yang dapat dipakai sebagai sarana untuk menerapkan teori yang diperoleh dibangku kuliah khususnya dibidang pemasaran.
3. Bagi pihak yang berkepentingan, dapat dijadikan informasi untuk dilakukannya penelitian selanjutnya yang masih berkaitan dengan masalah penelitian

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dan memberikan gambaran yang lebih jelas tentang isi penelitian ini maka pembahasan dilakukan secara komprehensif dan sistematis, meliputi :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah dan pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan mengenai penjabaran teori – teori yang digunakan sebagai dasar penelitian untuk melihat sejauh mana teori dapat diterapkan dalam pelaksanaan yang nyata serta mendukung pemecahan masalah, metode penelitian, hipotesis yang melandasi penelitian ini dan beberapa tinjauan pustaka dari penelitian sebelumnya.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel yang diambil, teknik pengumpulan data, metode analisis penelitian, dan definisi operasional variabel.