

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata dan kuliner memiliki peluang besar untuk dikembangkan, mengingat sumbangannya terhadap Negara Pariwisata seperti multiplier efek, karena hampir semua sektor ekonomi mendapat manfaat dari pendapatan pariwisata. Berkembangnya industri pariwisata dapat meningkatkan pendapatan pajak dan nasional, menciptakan lapangan kerja baru, dan mendukung sektor lain. Adanya pariwisata yang positif mendorong permintaan barang modal dan komoditas, yang mendorong pertumbuhan ekonomi di berbagai industri seperti transportasi, komunikasi, perhotelan, seni, kerajinan, barang konsumsi, jasa, restoran, dan bisnis kecil dan menengah (UMKM). Namun, untuk mendapatkan keuntungan dari sumber daya alamnya yang kaya dan beragam, faktor lain seperti aksesibilitas dan daya tarik juga penting.

Industri kuliner saat ini telah sangat berkembang, mencakup restoran, kafe, coffeshop, dan foodcourt. Dengan pertumbuhan industri makanan dan minuman yang terus meningkat, persaingan di antara perusahaan makanan dan minuman pasti akan semakin ketat. Foodcourt adalah tempat berkumpulnya berbagai macam makanan, baik makanan khas daerah tersebut maupun makanan khas dari daerah lain. Hal ini membantu bisnis foodcourt karena berbagai jenis makanan dari berbagai daerah dapat ditemukan di satu tempat.

Berikut data rata-rata pengeluaran perkapita sebulan yang diperoleh dari sumber data Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur.

Gambar 1. 1 Pengeluaran Perkapita Makanan Sebulan Wilayah Jawa Timur

Kabupaten/Kota	Pengeluaran Perkapita Sebulan (Dalam Rupiah)		Jumlah
	Pengeluaran Makanan	Pengeluaran Non Makanan/	
Kabupaten/Regency			
Pacitan	486.370	447.284	933.653
Ponorogo	557.950	579.361	1.137.311
Trenggalek	499.323	455.796	955.119
Tulungagung	593.856	584.081	1.177.937
Blitar	518.580	534.634	1.053.213
Kediri	577.205	464.645	1.041.849
Malang	618.371	579.251	1.197.622
Lumajang	718.784	597.504	1.316.287
Jember	569.040	484.513	1.053.554
Banyuwangi	642.992	661.152	1.304.143
Bondowoso	554.571	480.896	1.035.467
Situbondo	548.337	452.918	1.001.256
Probolinggo	518.809	402.550	921.359
Pasuruan	608.993	528.064	1.137.058
Sidoarjo	824.954	1.117.683	1.942.637
Mojokerto	739.483	615.585	1.355.068
Jombang	593.500	533.313	1.126.813
Nganjuk	581.282	521.845	1.103.127
Madiun	528.863	482.036	1.010.899
Magetan	564.058	613.417	1.177.474
Ngawi	535.190	433.110	968.300

Sumber : Susenas
Maret 2023

Berdasarkan gambar 1.1 dapat disimpulkan rata-rata pengeluaran perkapita makanan untuk wilayah Jawa Timur tahun 2023, kota Madiun pengeluaran makanan lebih besar dari pada pengeluaran non makanan yaitu sebesar Rp. 528.863.000. Maka dapat disimpulkan banyak peminat makanan terutama jika tempat yang menyediakan makanan tersebut lebih beragam pilihan dengan harga terjangkau.

Melayani dan memuaskan rasa lapar pelanggan dengan menyediakan lingkungan yang kondusif bagi pelanggan untuk menikmati makanan kini menjadi bisnis utama food court. Bukan hanya menjual semua jenis makanan, pada kenyataannya, restoran sering kali menawarkan hiburan musik. Untuk melayani kebutuhan masyarakat Indonesia dengan lebih baik, food court juga menawarkan produk cepat saji halal yang telah dipilih. Food court semakin populer. Ternyata para pengembang bangunan komersial mulai mempertimbangkan ide pusat makanan atau food court pada tahun 1990-an, beberapa tempat, seperti universitas, mulai mengubah beberapa ruang makan tradisional mereka menjadi kafetaria yang terlihat seperti food court mall.

Di Indonesia pada saat sekarang ini telah banyak bermunculan restoran cepat saji. Sekarang food court tidak hanya ada di mall, banyak food court tersedia di sekitar pasar. Sleko Food Court salah satu contoh food court yang berada di sekitar pasar sleko kota Madiun, food court ini menjadi salah satu pilihan yang tepat untuk dikunjungi oleh masyarakat madiun karena pilihan makanan dan minuman yang beragam.

Pelanggan mempertimbangkan banyak faktor saat memutuskan restoran atau food court mana yang akan dikunjungi dari sekian banyak pilihan yang tersedia sebelum membuat keputusan akhir. Oleh karena itu, agar manajemen food court dapat memberikan tingkat kepuasan pelanggan yang tertinggi, mereka harus berusaha untuk memenuhi semua kriteria yang menjadi pertimbangan pelanggan, termasuk produk itu sendiri dan layanan

yang diberikan. Karena dengan mengabaikan hal ini akan mengakibatkan ketidaksesuaian antara keinginan (harapan) pelanggan dengan kualitas produk dan layanan food court.

Karena ketatnya persaingan, para pengusaha harus mampu menyusun strategi yang efektif untuk bersaing. Untuk mempertahankan kelangsungan bisnis dalam menghadapi tingkat persaingan yang semakin tinggi, para pengusaha harus dapat berusaha memenuhi berbagai kebutuhan pelanggan. Menteri Keuangan Indonesia Sri Mulyani, mengutip Kontan.co.id (2021), menyatakan bahwa industri kuliner memberikan kontribusi terbesar terhadap PDB, yaitu sekitar 43% dari PDB ekonomi kreatif. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, seiring dengan pertumbuhan industri kuliner, mengakibatkan pergeseran nilai perilaku masyarakat. Banyak orang saat ini yang sibuk dan membutuhkan tempat untuk melepas penat dari aktivitas sehari-hari. Oleh karena itu, industri kuliner berkembang karena dianggap sesuai dengan cara hidup masyarakat saat ini.

Menurut Gramanda dkk. (2021), berdasarkan fenomena yang terjadi saat ini, orang-orang senang mengunjungi food court, yang merupakan tempat untuk bersantai dan berkumpul dengan teman dan keluarga serta menawarkan fasilitas tambahan seperti koneksi wifi. Taktik atau metode yang dapat digunakan untuk menarik pelanggan untuk tinggal lebih lama adalah dengan menciptakan ruang yang ramah dengan menu yang bervariasi, harga yang terjangkau, dan fasilitas yang lengkap (Suryani &

Kristiyani, 2021). Salah satu konsep yang saat ini banyak digunakan oleh para pebisnis kafe, resto, bahkan food court adalah adanya hiburan musik, penataan ruang yang menarik, dan makanan dan minuman dengan nuansa modern dan tradisional dengan harga terjangkau. Ini adalah cara untuk menarik pelanggan, yang sebagian besar terdiri dari anak-anak muda.

Salah satu tempat makan di Sleko Food Court Kota Madiun adalah Food Court yang menyediakan berbagai macam pilihan makanan dan minuman, baik masakan tradisional, masakan khas Indonesia maupun menu western food. Di Food Court juga menyediakan kursi khusus untuk bayi (high chair), sehingga membuat tempat ini cocok untuk semua kalangan. Selain itu, di sana juga menyediakan tempat khusus untuk merokok (smoking area), jadi konsumen yang tidak menyukai asap rokok akan merasa nyaman di sana.

Suasana toko, atau suasana toko, sekarang menjadi salah satu faktor penting bagi pelanggan saat memilih tempat makan. Menurut Levy dan Weitz (2001), salah satu cara untuk menarik pelanggan untuk melakukan pembelian adalah dengan membuat toko menjadi tempat yang menyenangkan dan menarik sehingga mereka merasa nyaman. Menurut Utami (2006), suasana toko adalah perancangan lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan aroma untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan agar dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli produk.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah keragaman menu (*menu diversity*). Dalam penelitian, menurut Wilujeng & Mudzakkir (2015), agar produk dapat memuaskan pelanggan dan memenuhi kebutuhan mereka, produk harus selalu dikembangkan sesuai dengan tujuan produk. Karena preferensi konsumen saat ini berubah-ubah, maka setiap pemilik bisnis harus dapat menyesuaikan setiap produknya untuk mencerminkan preferensi tersebut. Menurut Hardikoesoemo & Harjanti (2002), upaya membujuk pelanggan untuk memilih produk atau menu dari sekian banyak pilihan yang tersedia berdasarkan kebutuhan dan kemampuannya dapat dilakukan dengan menawarkan berbagai variasi yang dapat diperjualbelikan. Keragaman menu juga memberikan suatu pengaruh bagi keputusan pembelian konsumen yaitu termasuk salah satu motivasi (*motivation*) untuk berkunjung dan melakukan pembelian karena adanya keragaman makanan. Tidak jarang banyak konsumen yang membeli produk yang sebelumnya tidak ada di list belanja mereka.

Setelah proses evaluasi yang beragam, keputusan pembelian dibuat. Selama proses evaluasi, seseorang akan membuat sejumlah pilihan tentang produk yang ingin mereka beli berdasarkan kualitasnya. Selain itu faktor pendukung konsumen berkunjung adalah karena adanya interaksi sosial (*social interaction*). Dalam kegiatan transaksionalnya minat beli di Sleko Food Court Kota Madiun bisa dikatakan berhasil ketika konsumen memiliki ketertarikan terhadap produk dan suasana yang mampu membuat seseorang nyaman karena dapat berinteraksi dengan konsumen lain, tata letak area

tempat duduk yang di konsep agar konsumen dapat berinteraksi dengan mudah dan menyenangkan menjadikanya Sleko Food Court semakin menarik.

Terdapat beberapa penelitian yang membahas pengaruh keputusan pembelian terhadap suasana toko dan keragaman menu, juga dikenal sebagai keragaman menu. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Venny Dwi Apriliani (2002), menemukan bahwa suasana toko dan keragaman menu, atau keragaman menu, memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kesimpulan ini didasarkan pada hasil uji analisis regresi sederhana, yang menunjukkan bahwa suasana toko dan keragaman menu memengaruhi secara signifikan keputusan pembelian konsumen. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Putri Nur Arifiani (2020) menemukan bahwa faktor-faktor seperti suasana toko, variasi menu, dan citra restoran memengaruhi keputusan pelanggan untuk makan di restoran Bijin Nabe.

Berdasarkan penjelasan di atas dan hasil penelitian sebelumnya, penulis termotivasi untuk melakukan penelitian tentang keputusan pembelian di Sleko Food Court bersama masyarakat kota Madiun. Penulis akan melakukan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh atmosfir toko dan variasi menu terhadap keputusan konsumen untuk membeli barang di Sleko Food Court Kota Madiun. Penggunaan dua variabel moderasi interaksi sosial dan motivasi membuat penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya.

Dalam penelitian yang dilakukan Andhalia Liza Marie (2021) menunjukkan bahwa variabel interaksi sosial (*social interaction*) berpengaruh signifikan terhadap niat pemesanan hotel. Fitra Hasri Rosandi (2022) dalam penelitiannya menyatakan bahwa variabel motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa UTS di minimarket Sumbawa besar.

Berdasarkan semua pemaparan yang telah dijelaskan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Menu Diversity* Terhadap Keputusan Pembelian dengan *Social Interaction* dan *Motivation* sebagai Variabel Moderasi” (Studi Empiris Pada Konsumen Sleko Food Court Kota Madiun).**

B. Batasan Masalah

Dari penjelasan latar belakang, dapat ditarik batasan masalah guna mempermudah pembahasan pada penelitian ini. Hal ini dilakukan dengan maksud membatasi ruang lingkupnya sehingga didapatkan penyelesaian yang lebih fokus, sehingga penelitian ini dapat lebih efektif dan efisien. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini mengkaji tentang *store atmosphere*, *social interaction*, *menu diversity* dan *motivation* terhadap keputusan pembelian di Sleko Food Court Kota Madiun.
2. Penelitian ini dilaksanakan di Sleko Food Court Kota Madiun dengan pengunjung Sleko Food Court sebagai subjek penelitian.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini berdasarkan latar belakang yaitu:

1. Apakah ada pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian di Sleko Food Court Kota Madiun?
2. Apakah ada pengaruh *menu diversity* terhadap keputusan pembelian di Sleko Food Court Kota Madiun?
3. Apakah ada pengaruh *social interaction* terhadap keputusan pembelian di Sleko Food Court Kota Madiun?
4. Apakah ada pengaruh *motivation* terhadap keputusan pembelian di Sleko Food Court Kota Madiun?
5. Apakah *social interaction* memoderasi *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian di Sleko Food Court Kota Madiun?
6. Apakah *motivation* memoderasi *menu diversity* terhadap keputusan pembelian di Sleko Food Court Kota Madiun?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari pelaksanaan penelitian ini adalah:

1. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian di Sleko Food Court Kota Madiun.
2. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *menu diversity* terhadap keputusan pembelian di Sleko Food Court Kota Madiun.

3. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *social interaction* terhadap keputusan pembelian di Sleko Food Court Kota Madiun.
4. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *motivation* terhadap keputusan pembelian di Sleko Food Court Kota Madiun.
5. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *social interaction* memoderasi *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian di Sleko Food Court Kota Madiun.
6. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *motivation* memoderasi *menu diversity* terhadap keputusan pembelian di Sleko Food Court Kota Madiun

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis maupun praktis yaitu sebagai berikut:

1. Teoritis

a) Akademisi

Diharapkan mahasiswa dan dosen di Sleko Food Court Kota Madiun dapat menggunakannya untuk belajar tentang manajemen pemasaran dan tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Serta dapat digunakan sebagai sumber informasi dan pertimbangan untuk penelitian mendatang.

b) Peneliti

Sebagai cara untuk mendapatkan lebih banyak pengalaman dan pengetahuan tentang manajemen pemasaran terkait dengan keputusan pembelian di Food Court dan menerapkan apa yang dipelajari selama kuliah.

2. Praktis

a) Bagi pemerintah kota

Untuk Sleko Food Court Madiun, penelitian ini diharapkan menghasilkan kesimpulan dan rekomendasi tentang masalah yang dihadapi pemilik untuk membantu mereka membuat keputusan pembelian yang lebih baik.

b) Masyarakat

Diharapkan penelitian ini akan menjadi referensi bagi masyarakat agar lebih tertarik untuk pergi ke Food Court Sleko Kota Madiun dan membeli makanan di sana. Selain itu, diharapkan penelitian ini akan menambah wawasan masyarakat umum tentang Food Court.