

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Persaingan di dunia industri dari tahun ke tahun mengalami perkembangan yang ketat. Salah satunya persaingan di industri kuliner, munculnya berbagai macam makanan yang unik, adanya wisata kuliner dan trend kuliner sebagai gaya hidup masyarakat saat ini. Perkembangan industri kuliner yang sangat maju dengan teknologi yang sangat canggih menyebabkan munculnya persaingan yang cukup ketat diantara pelaku usaha kuliner.

Sistem pembayaran atau transaksi ekonomi saat ini pun mengalami kemajuan secara signifikan seiring dengan adanya globalisasi dan kemajuan teknologi yang semakin canggih. Transaksi atau pembayaran pada umumnya dilakukan menggunakan uang tunai namun saat ini peranan uang tunai (*currency*) tergantikan dengan adanya transaksi dalam bentuk pembayaran non tunai yang lebih efektif dan efisien. Hal ini menyebabkan banyaknya perusahaan-perusahaan ataupun pusat perbelanjaan di Indonesia menerima transaksi pembayaran dengan menggunakan sistem pembayaran non tunai. Pembayaran mikro karakteristiknya melayani banyak orang, frekuensinya sering dan membutuhkan pelayanan cepat oleh karena itu munculah *e-money*. *E-*

money atau *elektronik money* yaitu uang tunai elektronik yang dipergunakan untuk bertransaksi. Mega Cash yang merupakan alat transaksi non tunai pengganti uang tunai yang dapat digunakan untuk alat transaksi salah satunya di area *Straits Kitchen* Trans Studio Mall.

Straits Kitchen adalah sebuah tempat makan yang mempunyai banyak *stand* makanan dengan keanekaragamannya sehingga konsumen bisa memilih makanan sesuai dengan yang diinginkan. *Straits Kitchen* ini berada di Kota Bandung yaitu di Trans Studio Mall. Di *Straits Kitchen* pengunjung dapat menemukan aneka makanan dengan menu variatif dan diharuskan melakukan transaksi dengan sistem pembayaran menggunakan Mega Cash. Disamping dapat memberikan kemudahan dalam bertransaksi, penggunaan Mega Cash inipun menjadi *trend* dalam bertransaksi.

Inilah salah satu perkembangan teknologi di dunia kuliner yaitu menciptakan dunia kuliner dengan transaksi yang canggih yang berbeda dengan usaha kuliner lainnya demi bersaing dengan usaha kuliner lain dalam menarik perhatian konsumen. *E-money* yang tersedia di *Straits Kitchen* ini dibuat dengan karakteristik kartun dan gambar yang dapat menarik minat dan perhatian konsumen.

Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/8PBI/2014 tentang perubahan atas peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik (*Electronic Money*) yaitu Perubahan Peraturan Bank Indonesia ini dilakukan untuk menyeleraskan ketentuan Uang Elektronik

dengan ketentuan transfer dana, meningkatkan keamanan teknologi dan efisiensi penyelenggaraan uang elektronik, serta memperluas jangkauan layanan uang elektronik untuk mendukung Strategi Nasional Keuangan Inklusif melalui penyelenggaraan Layanan Keuangan Digital (LKD).

Straits Kitchen dalam hal ini lebih mengutamakan kemudahan dalam bertransaksi dengan sistem pembayaran menggunakan *Mega Cash* agar konsumen yang datang tidak perlu antri lama menunggu antrian makanan bahkan dalam pembayaran di kasir hal ini berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen yang datang ke *Straits Kitchen*. Berdasarkan data yang penulis dapatkan, data jumlah tenant yang ada di *Straits Kitchen*, sebagai berikut :

Tabel 1.1
Daftar Tenant di *Straits Kitchen* Trans Studio Mall Bandung

No.	Nama Tenant	No.	Nama Tenant
1.	Ronde Jahe Gardu Jati	16.	Shihlin
2.	Pempek dan Batagor	17.	Bubur Tomyam
3.	Baso Tahu "Yeyen"	18.	Korean Food
4.	Tahu Gejrot Cirebon	19.	Mie Kocok Bandung
5.	Rumah Dimsum	20.	Sate Maranggi
6.	Belgian Waffel	21.	Ayam Betutu Khas Gilimanuk
7.	Kue Cubit	22.	RM. Ciganea
8.	Es Duren Kaka	23.	Sop Konro
9.	Lumpia Semarang	24.	Asian Grill
10.	Lotek Suniaraja	25.	Just Us
11.	Empal Gentong	26.	Splash Bar
12.	Takiyo	27.	Kulddak
13.	Bakmie Parahyangan	28.	Ampera
14.	Hainan Chicken Rice	29.	Rawon
15.	Nasi Goreng Gila	30.	Iga Bakar Mas Giri

Sumber : *Straits Kitchen Trans Studio Mall Bandung*

Straits Kitchen Trans Studio Mall Bandung menyediakan banyak aneka makanan terutama makanan khas Bandung. Berdasarkan informasi

yang penulis dapatkan, ada 30 tenant yang ada di *Straits Kitchen* Trans Studio Mall Bandung. Semua tenant yang ada di *Straits Kitchen* ini dilengkapi dengan mesin EDC untuk pembayaran dengan menggunakan sistem pembayaran *e-money Mega Cash*. Tersedianya berbagai macam aneka makanan dan minuman ini untuk menarik perhatian konsumen dan para pecinta kuliner selain itu untuk memberi kepuasan kepada konsumen agar konsumen terus kembali datang membeli makanan maupun minuman di *Straits Kitchen*. *Straits Kitchen* juga bekerjasama dengan *tenant-tenant* lain yang menyediakan makanan asing atau makanan Indonesia untuk bergabung dalam bisnis kuliner ini.

Tabel 1.2
Data Penjualan di *Straits Kitchen* 2012- 2016

Tahun	Penjualan
2012	2.980.578.440
2013	3.260.897.541
2014	1.897.563.102
2015	1.203.645.924
2016	1.890.561.239

Sumber : *Straits Kitchen Trans Studio Mall Bandung*

Diatas tabel data penjualan di *Straits Kitchen* periode tahun 2012-2016 mengalami perubahan secara signifikan. Pada tahun 2012, data penjualan *Straits Kitchen* menunjukkan angka 5.980.578.440. Namun pada tahun selanjutnya yaitu tahun 2016 mengalami kenaikan yaitu 6.560.897.541. Tetapi pada tahun selanjutnya yaitu tahun 2014 mengalami penurunan 5.897.563.102. Di tahun 2015 pun turun 5.203.645.924 dan ditahun 2016 turun kembali 4.890.561.239. Hal ini terjadi karena beberapa *customer* membatalkan pembelian karena

menggunakan *e-money* Mega Cash harus beli dan dianggap menyulitkan konsumen.

Tabel 1.3
Data Penjualan di Straits Kitchen

Periode	Pembayaran Menggunakan <i>e-money</i>	Pembayaran Menggunakan Uang Tunai (Cash)
September 2016- Februari 2017	120.892.554	355.820.721

Sumber : *Straits Kitchen Trans Studio Mall Bandung*

Berdasarkan informasi yang penulis dapatkan, pada periode bulan september 2016 sistem pembayaran di *Straits Kitchen Trans Studio Mall Bandung* bisa dilakukan pembayaran dengan menggunakan uang tunai (*cash*) dan juga menggunakan *e-money* Mega Cash. Dari data pada tabel diatas, dalam kurun waktu enam bulan terdapat peningkatan omset penjualan dengan menggunakan pembayaran tunai dibandingkan dengan pembayaran menggunakan *e-money* Mega Cash.

Pemasaran pada hakekatnya tidak hanya diarahkan sebagai pemuas konsumen melainkan juga ditujukan sebagai pengaruh keputusan pembelian. Keputusan pembelian konsumen merupakan aktifitas penting dalam roda bisnis sebuah perusahaan. Oleh karena itulah keputusan pembelian merupakan titik pokok dalam proses pencarian dan evaluasi atas beberapa alternatif yang ada agar dapat menentukan pembelian yang nyata atas suatu produk (Morwitz, 2014; Kotler, Burton, Deans, Brown & Armstrong, 2015).

Perilaku konsumen pada hakikatnya mempengaruhi keputusan pembelian akhir konsumen (Morrison, 2015).

Proses pengambilan keputusan konsumen tidak bisa terjadi dengan sendirinya, sebaliknya masalah kebudayaan, demografis, sosial, individu (perilaku konsumen), dan proses psikologis secara kuat mempengaruhi proses keputusan pembelian tersebut (Ramya & Ali, 2016; Sidharta & Sidh, 2014; Ozen & Engizek, 2014).

Menurut Armstrong, Adam, Denize & Kotler, (2014), proses psikologis menentukan bagaimana individu menerima dan berinteraksi dengan lingkungannya dan pengaruh pada keputusan yang diambil konsumen, semakin tinggi faktor psikologis yang diambil oleh konsumen maka semakin tinggi pula keputusan pembelian.

Keputusan pembelian dimana konsumen membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor dapat muncul antara niat untuk membeli dan keputusan pembelian, yaitu faktor sikap orang lain dan faktor situasi yang tidak diharapkan. (Kotler dan Keller, 2012).

Berikut data hasil pra survey yang penulis lakukan terhadap konsumen *Straits Kitchen* Trans Studio Mall Bandung :

Tabel 1.4
Hasil Pra Survey Terhadap 30 Responden

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban	
		YA	TIDAK
1.	Anda datang ke <i>Straits Kitchen</i> karena mendapatkan informasi dari iklan perusahaan	6	24
2.	Anda datang ke <i>Straits Kitchen</i> karena mendapatkan informasi dari sosial media	10	20

3.	Anda membeli di <i>Straits Kitchen</i> karena produknya beraneka ragam	9	21
4.	Anda mengetahui bahwa jenis makanan di <i>Straits Kitchen</i> bervariasi	7	23
5.	Keberagaman metode pembayaran di <i>Straits Kitchen</i> memberikan kemudahan dalam bertransaksi	5	25
6.	Di <i>Straits Kitchen</i> memberikan kenyamanan dalam bertransaksi	8	22

Dari hasil tabel di atas yang berjumlah 30 responden, bahwa responden lebih banyak memilih TIDAK dibanding dengan penilaian YA. Mengenai perilaku konsumen yang datang ke *Straits Kitchen* sebagian besar datang bukan dengan alasan karena iklan *Straits Kitchen* yang ada baik pada media masa atau iklan lainnya dalam hal ini iklan maupun informasi dari sosial media belum berjalan baik karena masih banyak orang yang belum mengetahui mengenai *Straits Kitchen* dan juga produk apa saja yang ada di *Straits Kitchen*. Apabila konsumen mengetahui lebih banyak mengenai produk yang ditawarkan *Straits Kitchen* kemungkinan akan mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Hal ini menyangkut proses psikologis konsumen yang akan membentuk pemikiran dan persepsi juga pengalaman tersendiri yang akan mempengaruhi pola konsumsi mereka setelah menerima informasi.

Mengenai metode pembayaran sebagian besar menganggap belum bisa memberikan kemudahan dalam bertransaksi dan masih menganggap bahwa transaksi menyulitkan konsumen. Masih terdapat konsumen yang masih terbiasa membawa uang *cash* untuk melakukan transaksi pembelian makanan dan merasa sistem transaksi menggunakan Mega Cash merepotkan mereka ketika melihat prosedur transaksinya. Banyak

dari mereka yang hanya ingin bertransaksi dengan menggunakan uang tunai selain itu sering kali konsumen menolak atau membatalkan transaksi karena menggunakan *e-money* dianggap menyulitkan.

Akibat dari persepsi konsumen yang seperti itu maka target pencapaian rendah dan mengalami penurunan penjualan. Dengan demikian penerapan sistem transaksi pembayaran menggunakan Mega Cash di *Straits Kitchen* Trans Studio Mall tidak dapat menjadikan penjualan dan pendapatan membaik. Hal ini menunjukkan bahwa *Straits Kitchen* harus meningkatkan program-program yang dapat mengoptimalkan perilaku konsumen dan proses psikologis konsumen sehingga dapat mempengaruhi perilaku konsumsi yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian mereka

Konsumen menjadi fokus perhatian dan pusat dari seluruh usaha pemasaran. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya konsumen lah yang mempunyai sarana pembelian yaitu waktu dan uang, hal itulah yang dapat menentukan pilihan dan mengambil keputusan membeli. Perusahaan harus memahami apa yang disebut *customer driven organization*, artinya organisasi yang digerakan oleh pemahaman terhadap pelanggannya.

Pada penelitian ini penulis memilih perilaku konsumen dan proses psikologis yang menjadi variabel independent yang mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian. Karena pada variabel perilaku konsumen dan proses psikologis mempunyai pengaruh secara simultan

terhadap keputusan pembelian. Sedangkan keputusan pembelian mempunyai pengaruh terhadap profitabilitas suatu perusahaan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena yang diperoleh, maka ditemukan masalah pada

Straits Kitchen sebagai berikut :

1. Perilaku konsumen *Straits Kitchen* belum optimal
2. Proses Psikologis konsumen *Straits Kitchen* belum optimal
3. Keputusan pembelian konsumen *Straits Kitchen* belum optimal
4. Menurunnya keputusan pembelian konsumen *Straits Kitchen*
5. Promosi yang dilakukan belum maksimal
6. Harga produk tidak kompetitif
7. Informasi mengenai produk belum lengkap
8. Pelayanan atau *service* belum optimal
9. Metode pembayaran belum memudahkan proses transaksi
10. Iklan yang dilakukan belum maksimal
11. Fasilitas yang disediakan masih kurang
12. Variasi pembayarannya belum optimal

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dengan identifikasi masalah maka penelitian ini hanya membatasi masalah dengan judul **“Pengaruh Perilaku Konsumen dan Proses Psikologis terhadap Keputusan Pembelian di *Straits Kitchen* Trans Studio Mall Bandung tahun 2017”**.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah dan pembatasan masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana perilaku konsumen *Straits Kitchen* Trans Studio Mall ?
2. Bagaimana proses psikologis *Straits Kitchen* Trans Studio Mall ?
3. Bagaimana keputusan pembelian konsumen *Straits Kitchen* Trans Studio Mall ?
4. Seberapa besar pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen *Straits Kitchen* Trans Studio Mall ?
5. Seberapa besar pengaruh proses psikologis konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen *Straits Kitchen* Trans Studio Mall?
6. Seberapa besar pengaruh perilaku konsumen dan proses psikologis konsumen secara simultan mempengaruhi terhadap keputusan pembelian konsumen *Straits Kitchen* Trans Studio Mall ?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Perilaku konsumen *Straits Kitchen* Trans Studio Mall
2. Proses psikologis konsumen *Straits Kitchen* Trans Studio Mall
3. Keputusan pembelian konsumen *Straits Kitchen* Trans Studio Mall
4. Pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen *Straits Kitchen* Trans Studio Mall
5. Pengaruh proses psikologis konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen *Straits Kitchen* Trans Studio Mall
6. Pengaruh perilaku konsumen dan proses psikologis konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen *Straits Kitchen* Trans Studio Mall

1.6 Kegunaan Penelitian

Berikut ini adalah pembahasan tentang kegunaan penelitian. Pembahasan ini dibagi menjadi dua bahasan adalah sebagai berikut :

1.6.1 Kegunaan Operasional (Praktis)

Adapun kegunaan praktis pada penelitian ini adalah :

1. Sebagai bahan rekomendasi bagi *Straits Kitchen* Trans Studio Mall dalam rangka meningkatkan pendapatan.
2. Sebagai bahan pertimbangan dan sumbangan pemikiran bagi instansi lain yang memiliki permasalahan yang sama, khususnya yang berkaitan dengan potensi perilaku dan proses psikologis konsumen.

1.6.2 Kegunaan Pengembangan Ilmu (Teoritis)

Adapun kegunaan teoritis pada penelitian ini adalah :

1. Menambah wawasan dan pengetahuan dalam melakukan pengembangan wawasan dan pemikiran dan meningkatkan pengetahuan secara sistem dalam teori sistem perilaku konsumen dan proses psikologis konsumen terhadap keputusan pembelian.
2. Sebagai bahan kajian bagi para peneliti lainnya, khususnya yang berminat menindaklanjuti penelitian ini dengan harapan mampu menciptakan model pembinaan perilaku konsumen dan proses psikologis konsumen yang sesuai dengan masa sekarang dan masa yang akan datang.

