

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di Indonesia bisnis restoran semakin berkembang dalam beberapa tahun terakhir ini, hal ini disebabkan oleh kebutuhan dan keinginan para konsumen. Semakin berkembangnya gaya hidup penduduk yang semakin tinggi. Meningkatnya restoran cepat saji ini dipicu karena kebutuhan masyarakat di kota-kota besar.

Pola hidup masyarakat yang bekerja hingga malam hari membuat pekerja lebih sering memesan makanan dan minuman cepat saji ketimbang makan dirumah. Dan perilaku tersebut didukung oleh perkembangan teknologi dan internet, serta butuhnya restoran cepat saji masa kini. Cita rasa suatu makanan dan minuman sangat mempengaruhi terhadap minat beli konsumen, cita rasa suatu makanan dan minuman dapat dinilai oleh konsumen enak dan tidak enaknya suatu makanan dan minuman.

Sehingga suatu restoran akan di minati konsumen jika makanan dan minumannya di nilai enak. Sebaliknya jika makanan dan minuman dinilai tidak enak oleh konsumen maka restoran tersebut tidak diminati oleh konsumen. Banyak restoran saat ini yang memberikan cita rasa yang baik terhadap konsumennya dan ada juga yang tidak memberikan cita rasa yang baik terhadap konsumennya. Cita rasa yang baik akan berpengaruh terhadap konsumen untuk memenuhi kebutuhannya dan keinginannya, sebaliknya kalau cita rasa tidak baik kebutuhan dan keinginan konsumen juga tidak akan terpenuhi. .

Untuk mencapai minat beli konsumen, maka perusahaan harus mampu memberikan kualitas cita rasa yang maksimal, *store atmosphere* yang menarik, dan *celebrities endorsement* yang baik dimata pelanggan atau konsumen. Dengan perkembangan zaman, sekarang semakin banyak kompleks dengan bermunculannya pelaku baru dibidang bisnis yang sama.dengan restoran. Rockstar audos adalah restoran keluarga penuh warna yang menyajikan makanan dan minuman lezat di Indonesia.

Semakin banyak pesaing – pesaing dalam bisnis yang sama, maka menimbulkan persaingan yang ketat, baik dari segi cita rasa, *Store Atmosphere* dan *celebrities endorsement*. Minat beli konsumen sangat penting untuk menarik konsumen, maka agar kebutuhan dan keinginan konsumen terpenuhi restoran tersebut harus memberikan cita rasa yang maksimal.

Fenomena bisnis seperti pada saat ini, restoran harus merawat para konsumennya baik konsumen baru maupun konsumen yang lama untuk terus membuat cita rasa yang menarik, maka konsumen akan merasa minat beli makanan dan minuman di Restoran tersebut. Sehingga kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut terpenuhi akan cita rasa makanan dan minuman di Restoran, karena hakekatnya konsumen merupakan faktor utama dalam keberlangsungan restoran seperti restoran rockstar audos.

Cita rasa sangat mempengaruhi keberlangsungan restoran karna disituasi seperti saat ini, cita rasa makanan dan minuman yang enak sangat mempengaruhi keberhasilan dan kemajuan suatu usaha bisnis. Perusahaan yang berkualitas tinggi akan memberikan keuntungan yang sangat banyak dibandingkan kualitas yang rendah. Artinya, konsumen atau pelanggan akan bersedia membeli jika suatu barang atau produk dengan harga yang masuk akal/relatife terjangkau. Menurut Ofela, (2016) agar bisa berhasil dalam bisnis yang kompetitif, pelaku bisnis dapat menawarkan promosi yang tepat sehingga kepuasan konsumen dapat terpenuhi.

Sebuah restoran yang memberikan suasana restoran atau store atmosphere yang nyaman, bahkan menjadi bahan pertimbangan untuk konsumen berkunjung ke restoran tersebut. Maka konsumen akan mempengaruhi minat beli konsumen sehingga konsumen dapat memutuskan konsumen untuk tetap mengunjungi restoran tertentu.

Komunikasi dari mulut ke mulut memang mempunyai pengaruh yang sangat besar kepada seorang konsumen karena informasi yang dapat dianggap nyata dan jujur, seorang konsumen cenderung lebih mempercayai informasinya yang mereka dengar dari teman, keluarga, kerabat atau orang terdekatnya yang berpengalaman terhadap restoran tersebut dibandingkan informasi yang beredar dari iklan.

Penggunaan komunikasi *celebrities endorsement* yang positif akan mempengaruhi konsumen untuk mempertimbangkan dalam proses minta beli, se-

hingga meningkatnya suatu minat beli terhadap restoran tersebut. *Celebrities Endorsement* sangat berpengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen, artinya jika *celebrities endorsement* ini semakin tinggi maka tingkat minat pembelinya semakin tinggi. Jadi perusahaan harus memberikan keyakinan terhadap konsumen untuk menarik konsumen tersebut untuk tetap berkunjung di restoran tersebut.

Maka restoran tersebut harus menjadi pengaruh yang positif terhadap konsumen agar konsumen merasa nyaman dan ingin berkunjung lagi di restoran tersebut, sehingga restoran mendapatkan keuntungan yang lebih baik. Minat beli konsumen dapat terbentuk, ketika pengorbanan yang dikeluarkan sesuai dengan nilai dari konsumen yang diterima oleh konsumen tersebut, yang artinya cita rasa, *Store Atmosphere*, dan *celebrities endorsement* sangat mempengaruhi konsumen terhadap penilaian restoran tersebut.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Gracia A B, (2020) menyatakan bahwa cita rasa berpengaruh positif terhadap minat beli Toko Roti Breadlife cabang Bintaro Exchange. Hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kustiyoasih et al., (2017) menyatakan bahwa cita rasa dengan baik dapat memberikan dampak negatif seperti keracunan makanan, maka cita rasa berpengaruh negatif terhadap minat beli konsumen.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Tantowi & Pratomo, (2020), menyatakan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di Kopi Daong Pancawati. Hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suryanti, (2020) menyatakan bahwa *store atmosphere* berpengaruh negatif terhadap minat beli konsumen pada Kedai Bebek Prakoso 25 Kota Metro.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Savitri, (2017) menyatakan bahwa *celebrities endorsement* berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat beli konsumen pada Tokopedia di Denpasar. Hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitrianto, (2016) menyatakan bahwa *celebrity endorsement* berpengaruh terhadap nilai namun tidak berpengaruh terhadap maksud beli, maka *celebrities endorsement* tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Berdasarkan yang telah diuraikan latar belakang penelitian ini, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “Pengaruh Cita Ra-

sa, *Store Atmosphere*, dan *Celebrities Endorsement* Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Pada Restoran Rockstar Audos Pondok Bambu, Jakarta Timur”.

1.2 Perumusan Masalah

Berangkat dari permasalahan yang telah diuraikan dalam latar belakang penelitian ini, maka masalahnya dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah cita rasa berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Restoran Rockstar Audos?
2. Apakah *Store Atmosphere* berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Restoran Rockstar Audos?
3. Apakah *celebrities endorsement* berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Restoran Rockstar Audos?
4. Apakah cita rasa, *Store Atmosphere* dan *celebrities endorsement* berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Restoran Rockstar Audos?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas penelitian ini bermaksud untuk mendapatkan data berdasarkan data yang ada di restoran, maka tujuan yang hendak dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh cita rasa terhadap minat beli konsumen di Restoran Rockstar Audos ?
2. Untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* terhadap minat beli konsumen di Restoran Rockstar Audos ?
3. Untuk mengetahui pengaruh *celebrities endorsement* terhadap minat beli konsumen di Restoran Rockstar Audos ?
4. Untuk mengetahui pengaruh cita rasa, *Store Atmosphere* dan *celebrities endorsement* terhadap minat beli konsumen di Restoran Rockstar Audos ?

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini baik secara langsung maupun tidak langsung diharapkan dapat berguna bagi pihak – pihak sebagai berikut :

1. Bagi Restoran

Penelitian ini bermanfaat bagi Restoran Rockstar Audos untuk mengetahui bagaimana cara untuk meningkatkan minat beli konsumen, dan sebagai acuan untuk restoran dalam meningkatkan minat beli konsumen.

2. Bagi Masyarakat Umum

Sebagai informasi yang kemudian dapat menjadikan bahan pertimbangan dalam setiap menjalankan atau mengembangkan usahanya. Terkhusus diperuntukkan untuk konsumen yang mengkonsumsi makanan di Restoran Rockstar Audos agar dapat memanfaatkan penelitian ini dengan sebaik mungkin.

3. Bagi Peneliti

Memberikan pengetahuan yang lebih detail tentang pemasaran pada umumnya, dan mengetahui tingkat minat beli konsumen yang ditinjau dari cita rasa , *store atmosphere* , dan *celebrities endorsement* yang diberikan kepada konsumen di restoran Rockstar Audos, disamping itu diharapkan menjadi media dalam mengukur kemampuan yang didapatkan peneliti selama masa perkuliahan.