

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

### 1.1.1 Profil Restoran Kebon Jati Cilegon

Kebon Jati Cilegon merupakan salah satu bisnis yang bergerak dalam industri kuliner yang berlokasi di Kota Cilegon. Kebon Jati Cilegon menawarkan sensasi berkuliner di bawah rindangnya perkebunan pohon jati. Saat ini Kebon Jati Cilegon menjadi salah satu tempat wisata kuliner di Kota Cilegon yang sedang hits dan populer di kalangan masyarakat Kota Cilegon. Meskipun sering disebut *hidden gem* wisata kuliner di Kota Cilegon, namun akses menuju tempat ini sangatlah mudah, bisa dilalui roda dua atau roda empat. Lokasi tepatnya berada di Jalan Gotong Royong Tegal Etan, Kelurahan Taman Baru, Kecamatan Citangkil, Kota Cilegon. Kebon Jati Cilegon ini beroperasi setiap hari mulai dari jam 09.30 hingga jam 17.30 WIB.



**Gambar 1.1 Suasana Kebon Jati Cilegon**

*Sumber* : [Instagram.com/kebonjaticilegon](https://www.instagram.com/kebonjaticilegon), 2023.

Suasananya yang sejuk dan tenang dapat membuat rileks, maka tidak jarang pengunjung yang berkunjung ke sini hanya untuk dapat menikmati waktu makan dan bersantai, di tempat ini juga para pengunjung bisa menikmati menu-menu terbaik dengan suasana rindangnya pohon jati di tengah hiruk pikuk Kota Cilegon.

Selain itu, Kebon Jati Cilegon juga memiliki lahan yang luas, dengan suasana pedesaan di tengah-tengah hutan pohon jati yang sejuk. Untuk fasilitas yang disediakan Kebon Jati Cilegon sendiri dilengkapi dengan fasilitas yang cukup lengkap, seperti mushola, tempat parkir yang luas, serta tempat bermain anak. Tidak hanya itu saja, setiap sudut di lokasi Kebon Jati Cilegon ini dapat dijadikan spot foto yang *instagramable* untuk mengabadikan momen bersama keluarga.

### **1.1.2 Visi dan Misi**

Setiap bisnis tentunya mempunyai nilai-nilai utama yang menjadi landasan dasar berdirinya bisnis tersebut. Dalam menjalankan bisnisnya Kebon Jati Cilegon mempunyai visi dan misi sebagai berikut:

#### **a. Visi**

Visi Kebon Jati Cilegon adalah untuk menjadikan sebuah unit usaha yang bergerak di industri kuliner yang dapat memberikan banyak manfaat bagi semua *stakeholder* dan *shareholder*, dengan memiliki rasa penuh tanggung jawab baik dari kenyamanan dan keamanan, dengan tidak hanya mengandalkan keuntungan dari segi finansial.

#### **b. Misi**

1. Mampu memberikan kepuasan bagi para pelanggan yang berkunjung.
2. Bisa terus berinovasi untuk mempertahankan eksistensi Kebon Jati Cilegon.
3. Mampu membuka lapangan kerja bagi masyarakat.
4. Mampu berinovasi dalam menghadirkan menu-menu baru dengan harga terjangkau yang banyak diminati masyarakat.

### 1.1.3 Logo dan Makna Logo



**Gambar 1.2 Logo Kebon Jati Cilegon**

*Sumber* : [Instagram.com/kebonjaticilegon](https://www.instagram.com/kebonjaticilegon), 2023.

Logo merupakan suatu identitas visual terhadap suatu bisnis yang mempunyai kriteria khusus tertentu, seperti bentuk, filosofi, dan warna. Suatu logo akan membuat masyarakat mengingat dan mengenal suatu bisnis tanpa harus membaca deskripsi maupun penjelasan tentang bisnis tersebut. Adapun makna dari logo Kebon Jati Cilegon yaitu sebagai berikut:

1. Warna hijau pada logo yang memiliki makna berhubungan dengan alam, hijau dianggap sebagai warna yang menenangkan dan santai.
2. Terdapat tulisan “wisata kuliner” pada logo sebagai simbol lokasi berkuliner untuk mencoba rasa dari makanan atau minuman yang disediakan.
3. Terdapat gambar perkebunan jati pada logo yang memiliki makna ciri khas dari lokasi Kebon Jati Cilegon yang berada di tengah perkebunan pohon jati.

### 1.1.4 Produk Kebon Jati Cilegon

Makanan dan minuman yang disediakan Kebon Jati Cilegon cukup bervariasi, mulai dari makanan berat, makanan ringan, serta minuman kopi dan non-kopi lainnya yang cocok untuk menemani waktu santai. Selain nikmat, menu-menu makanan dan minuman yang disediakan cukup terjangkau, mulai dari Rp 6.000 hingga Rp 40.000 saja. Berikut produk makanan dan minuman yang disediakan di Kebon Jati Cilegon.

**Tabel 1.1 Produk Kebon Jati Cilegon**

No.	Kategori	Nama Produk	Harga	Foto Produk
1.	Makanan Ringan	Kentang Goreng	Rp 10.000	
2.		Sosis Goreng	Rp 10.000	
3.		Mendoan (Isi 10)	Rp 10.000	
4.		Cireng Bumbu Rujak	Rp 13.000	
5.		Kentang Sosis Goreng	Rp 15.000	
6.		Roti Bakar	Rp 17.000	
7.	Makanan Berat	Sego Jati Bebek	Rp 40.000	
8.		Sego Jati Ayam Pejantan	Rp 35.000	
9.		Sego Bandeng Presto	Rp 30.000	

10.		Bebek Goreng	Rp 30.000	
11.		Ayam Pejantan Goreng	Rp 25.000	
12.		Bandeng Presto	Rp 20.000	
13.	Minuman (Coffee)	Kopi Susu Jati Ice	Rp 16.000	
14.		Capucino Ice	Rp 15.000	
15.		Caffee Latte Ice	Rp 15.000	
16.		Vanilla Latee Ice	Rp 16.000	
17.		Moccacino	Rp 16.000	
18.	Minuman (Non Coffee)	Ice Tea	Rp.6000	

19.		Milk Plain + Banana	Rp 10.000	
20.		Chocolate	Rp 13.000	
21.		Red Velvet	Rp 14.000	
22.		Lemon Squash	Rp 15.000	
23.		Mojito	Rp 16.000	
24.		Jus Mangga	Rp 10.000	
25.		Jus Buah Naga	Rp 13.000	

*Sumber* : [facebook.com/kebonjaticilegon](https://facebook.com/kebonjaticilegon) & [instagram.com/kebonjaticilegon](https://instagram.com/kebonjaticilegon), 2023.

Tersedianya banyak pilihan menu makanan dan minuman yang tersedia, serta memiliki rasa makanan yang lezat dan harga yang terjangkau akan membuat pelanggan puas dan akan terus datang ke Kebon Jati Cilegon. Bahkan cukup banyak dari pelanggan yang puas tersebut, kemudian merekomendasikan Kebon Jati Cilegon kepada teman-temannya atau keluarganya. Inilah yang kemudian bisa membuat Kebon Jati Cilegon terus kedatangan pengunjung serta menyebabkan pelanggan lama atau calon pelanggan baru melakukan pembelian di Kebon Jati Cilegon.

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Bisnis kuliner pada saat ini merupakan salah satu bidang usaha yang berkembang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir, serta mempunyai potensi yang baik untuk tumbuh berkembang (Tumpuan, A. 2020). Banyak pelaku usaha yang mulai membuka usaha di bidang kuliner dikarenakan usaha di bidang kuliner ini merupakan salah satu jenis usaha yang memiliki prospek yang cukup baik, karena makanan dan minuman merupakan salah satu kebutuhan bagi setiap manusia, sehingga bisnis di bidang kuliner ini tidaklah akan mengalami penurunan, melainkan akan terus berkembang setiap saat.

Selain itu, seiring dengan perkembangan zaman dan pertumbuhan ekonomi yang semakin berkembang tanpa disadari juga ikut berdampak pada perubahan gaya berbelanja masyarakat Indonesia saat ini. Gaya hidup masyarakat yang super sibuk pada saat ini menyebabkan masyarakat untuk memilih makanan yang cepat saji dan mudah diperoleh sesuai selera yang diinginkan (Arsitur, 2020). Hal tersebut menyebabkan peningkatan pada kebiasaan masyarakat untuk memilih membeli makanan di luar rumah, perubahan perilaku konsumen inilah yang ikut menjadi salah satu faktor berkembangnya bisnis kuliner di Indonesia khususnya di Kota Cilegon.

**Tabel 1.2 Pertumbuhan Kafe, Restoran di Kota Cilegon Tahun 2019-2021**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah</b>
2019	105
2020	110
2021	118

*Sumber* : Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Cilegon, 2023.

Pada tabel 1.2 menunjukkan bahwa Kota Cilegon merupakan salah satu kota dengan pertumbuhan cafe dan restaurant yang baik. Dengan semakin banyaknya restaurant dan cafe yang mulai bermunculan di Kota Cilegon membuat persaingan bisnis di industri kuliner semakin sulit dan menjadi tantangan bagi para pelaku usaha yang bergerak dalam industri kuliner. Oleh karena itu ketika salah satu pemilik restoran Kebon Jati Cilegon yang peneliti temui mengatakan bahwa jumlah pengunjung Kebon Jati Cilegon mengalami penurunan dikarenakan banyaknya pesaing yang memulai bisnisnya di industri kuliner di Kota Cilegon. Penurunan jumlah pengunjung tersebut tidak bertahan lama. Hal tersebut menyebabkan berbagai upaya Kebon Jati Cilegon dalam menarik kembali minat pelanggan restoran Kebon Jati Cilegon. Berikut data pengunjung Kebon Jati Cilegon:

**Tabel 1.3 Jumlah Pengunjung Restoran Kebon Jati Cilegon Tahun 2022**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Pengunjung</b>	<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Pengunjung</b>
Januari	194	Juli	228
Februari	199	Agustus	208
Maret	231	September	209
April	206	Oktober	205
Mei	242	November	217
Juni	253	Desember	241

*Sumber* : Data Internal Restoran Kebon Jati Cilegon, 2023.

Pada tabel 1.3 terlihat bahwa jumlah pengunjung di restoran Kebon Jati Cilegon berfluktuasi. Fluktuasi pengunjung ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya seperti banyaknya pesaing baru restoran Kebon Jati Cilegon yang mulai memasuki pasar bisnis kuliner di Kota Cilegon yang menyebabkan turunnya jumlah pengunjung. Menanggapi hal tersebut Kebon Jati Cilegon melakukan berbagai upaya untuk menarik minat pelanggan salah satunya adalah dengan melakukan serta meningkatkan strategi *store atmosphere* baik dari segi interior, eksterior, tata letak untuk menarik konsumen untuk melakukan pembelian.

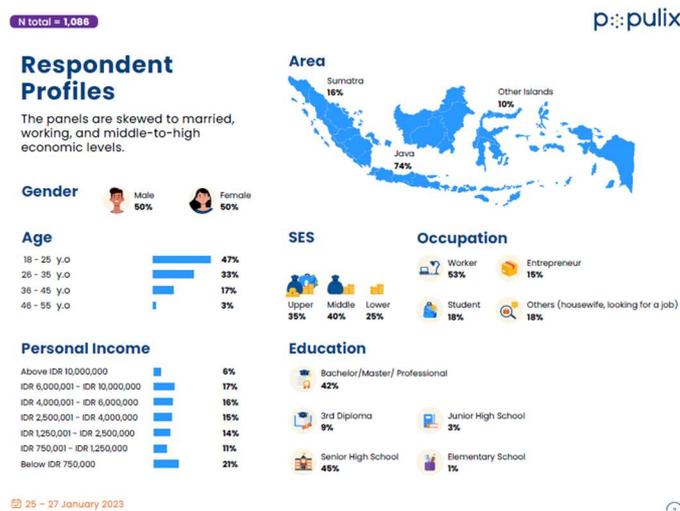


**Gambar 1.3 Interior dan Eksterior Kebon Jati Cilegon**

*Sumber* : Instagram.com/kebonjaticilegon, 2023.

Ada beberapa faktor yang dapat menjadikan alasan pengunjung untuk datang kembali ke sebuah restoran dan melakukan pembelian secara spontan (*impulse buying*), salah satunya adalah *store atmosphere*. *Store atmosphere* adalah rancangan respon emosional dan *peseptual* pelanggan yang pada akhirnya mempengaruhi pelanggan dalam membeli suatu produk (Wardani, I. K., dan Trihudiyatmanto, M. 2019). Bagi seorang konsumen, suasana yang aman dan nyaman menjadi bahan pertimbangan sendiri sebelum memutuskan untuk datang atau mengunjungi toko tertentu. Setiap restoran memiliki keunikan dan ciri khasnya masing – masing, restoran tersebut berlomba – lomba untuk berinovasi dan menciptakan keunggulan yang berbeda – beda dari para pesaingnya. Keunggulan tersebut bisa dilihat dari makanan dan minuman yang disajikan serta suasana tempat yang nyaman. Strategi *store atmosphere* ini dapat berpengaruh penting bagi kemajuan suatu restoran dan menyebabkan konsumen untuk melakukan pembelian secara tidak direncanakan (*impulse buying*).

Menurut Windyaningrum, F., & Sudarwanto, T. (2022:1652), menyatakan bahwa pembelian impulsif adalah perilaku membeli suatu produk dengan tidak direncanakan sebelumnya sehingga keputusan diambil ketika sudah berada di toko. Konsumen hanya mementikan emosional tanpa ada fikiran yang rasional terhadap keputusan pembelian suatu produk.



**Gambar 1.4 Perilaku Berbelanja Masyarakat Indonesia pada Tahun 2023**

*Sumber* : Populix Market Research & Consumer Insights, 2023.

Berdasarkan hasil survei terbaru berjudul “*Indonesian Shopper Behavior on Promotion Week in the Face of Economic Uncertainty 2023*” yang membahas tentang perilaku berbelanja, serta pengaruh kampanye promosi terhadap gaya belanja masyarakat Indonesia di tengah ketidakpastian ekonomi di tahun 2023. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan terhadap 1.086 laki-laki dan perempuan berusia 18-55 tahun, ditemukan bahwa setengah dari masyarakat Indonesia cenderung membeli barang di luar dari daftar belanja mereka, baik untuk pembelian secara *online* maupun *offline*. Co-Founder dan CEO Populix Dr. Timothy Astandu mengatakan, orang Indonesia memiliki tendensi melakukan pembelian produk secara spontan di luar daftar belanja mereka, atau yang dikenal dengan istilah *impulsive buying*.

N total = 1,088

populix

### Impulsive vs. Planned Shopper

The majority of shoppers are impulsive because they don't have the opportunity to purchase the desired items previously, and it serves as a form of self-reward. Meanwhile, some are impulsive due to promotion from the online platform.



Q5. In general, which of the following statements best describe you when ... (Q5) (Choose one answer) (Q6) Why did you buy things outside of your list? (Select all that apply)

Gambar 1.5 Fenaku remboenan impulsif masyarakat Indonesia Tahun 2023

Sumber : Populix Market Research & Consumer Insights, 2023.

Faktor-faktor yang menjadi alasan pendorong masyarakat berbelanja di luar perencanaan adalah sudah ada keinginan membeli tetapi baru dapat membelinya saat ini (40%), bentuk apresiasi untuk diri sendiri atau self-reward (39%), tergiur dengan promo menarik dari penjual (35%), tergiur dengan diskon dari platform saat momentum festival belanja, seperti diskon tanggal kembar (34%), gratis ongkos kirim (31%), mendapatkan cashback (31%), mendapatkan voucher belanja (25%).

N total = 1,088

populix

### Product Category Purchased in the Past Month

People mainly bought primary needs categories. However, self-treatment products, such as body care and cosmetics, also topped the most purchased product categories in the past month.



Q12. What types of products did you purchase in the past month? (Select all that apply)

Q12

Gambar 1.6 Kategori Produk Yang Sering Dibeli Oleh Masyarakat Indonesia Tahun 2023

Sumber : Populix Market Research & Consumer Insights, 2023.

Dari hasil survei yang sama menunjukkan bahwa produk kebutuhan utama masyarakat Indonesia didominasi seperti produk makanan dan minuman (69%), kebutuhan sehari-hari (68%), *fashion & pakaian olahraga* (59%) serta bahan makanan segar (41%). Selain itu, produk lain yang juga banyak dibeli oleh masyarakat adalah produk-produk perawatan diri seperti produk perawatan tubuh (48%) dan kosmetik (39%).

Menurut Lestari, A. T., & Pandjaitan, D. R. (2022:158), menyatakan bahwa penyebab terjadinya pembelian impulsif salah satunya yaitu pengaruh stimulus dari tempat belanja yang mengacu pada rangsangan suasana lingkungan toko yang sengaja dibuat pelaku bisnis untuk menciptakan daya tarik fisik toko. Fenomena *impulse buying* menjadi tantangan bagi para pelaku bisnis khususnya bisnis di industri kuliner, dikarenakan harus mampu menciptakan minat emosional konsumen untuk membeli suatu produk yang ditawarkan, *Impulse buying* terjadi pada kurun waktu amat singkat karena keputusan tidak dipertimbangkan secara informatif, Berdasarkan uraian yang penulis sebutkan, maka penulis tertarik untuk mengetahui lebih rinci mengenai **“Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Konsumen Di Kebon Jati Cilegon (Studi Pada Restoran Kebon Jati Cilegon Di Kota Cilegon Tahun 2024)”**.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan beberapa masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimanakah penerapan strategi *store atmosphere* di restoran Kebon Jati Cilegon?
2. Apakah *store atmosphere* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* pada konsumen di restoran Kebon Jati Cilegon?
3. Seberapa besar pengaruh *store atmosphere* terhadap *impulse buying* pada konsumen di restoran Kebon Jati Cilegon?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini apabila rumusan masalah telah tercapai, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi *store atmosphere* yang diterapkan di restoran Kebon Jati Cilegon.
2. Untuk mengetahui apakah *store atmosphere* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* pada konsumen di restoran Kebon Jati Cilegon.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *store atmosphere* terhadap *impulse buying* pada konsumen di restoran Kebon Jati Cilegon.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang membutuhkan, adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Untuk menambah wawasan penulis maupun pembaca serta bermanfaat untuk penelitian selanjutnya. Serta dapat dijadikan bahan referensi bagi pembaca dalam mengkaji pengembangan lebih lanjut ilmu pengetahuan mengenai *Store Atmosphere* terutama yang erat kaitannya dengan pembelian impulsif.

b. Manfaat Praktis

Bermanfaat sebagai masukan dan saran bagi restoran Kebon Jati Cilegon dalam menjalankan usahanya, diharapkan dapat dijadikan bahan pengembangan usahanya yang sedang beroperasi serta diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi Kebon Jati Cilegon dalam mengambil suatu keputusan.

## **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Untuk memperoleh gambaran yang cukup jelas mengenai penelitian ini, maka penulisan tugas akhir ini dibagi menjadi lima (5) bab, dimana sistematika penulisan sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi teori-teori yang diperlukan dalam menjelaskan variabel yang diteliti, dan juga kerangka pemikiran. Teori-teori yang ada hubungannya dengan pokok permasalahan yang dipilih dan dijadikan landasan dalam penulisan ini.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Metode penelitian akan diuraikan mengenai jenis dan sumber data, sampel dan populasi, metode pengumpulan data dan teknis analisis.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Menguraikan hasil dari penelitian yang dilakukan beserta pembahasannya secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Berisi kesimpulan akhir serta saran-saran dari analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya.

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**