# BAB I PENDAHULUAN

## Latar Belakang

Saat ini bisnis kuliner banyak hadir di Indonesia, mulai dari kuliner kaki lima hingga restoran asing. Bisnis kuliner saat ini dinilai sebagai salah satu jenis usaha yang cukup menjanjikan di kota- kota besar salah satunya Kota Surakarta. Perkembangan wisata kuliner di kota Surakarta membuat masyarakat atau konsumen mempertimbangkan banyak pilihan sebelum memutuskan untuk membeli. Seiring dengan berubahnya gaya hidup masyarakat yang semakin modern, serta meningkatnya aktifitas diluar rumah, dan menjadikan restoran atau tempat makan bukan hanya untuk memenuhi rasa lapar saja tetapi sebagai tempat untuk berkumpul bersama kerabat maupun untuk keperluan bisnis.

Berkembangnya kuliner saat ini mendorong para pelaku bisnis untuk berlomba-lomba mendirikan restoran yang sesuai dengan gaya hidup sekarang dan memiliki keunggulan tersendiri. Keunggulan tersebut dilihat dari makanan dan minuman yang disajikan, kualitas pelayanan, lokasi dan suasana tempat yang nyaman atau juga dari hal-hal pendukung yang diberikan seperti *live music* dan *hotspot*. Bervariasinya restoran yang ada membuat konsumen akan lebih selektif dalam memilih restoran yang akan dikunjungi. Konsumen akan memilih restoran dengan kualitas terbaik yang dapat memenuhi kebutuhannya.

Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya sama, namun proses pengambilan keputusan tersebut akan diwarnai oleh ciri kepribadian, usia, pendapatan dan gaya hidupnya (Meiyanto & Prabawani, 2017). Sedangkan menurut Putri & Manik (2021), Keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor yang akan membuat pelanggan secara aktual mempertimbangkan segala sesuatu dan pada akhirnya pelanggan membeli produk tersebut.

Salah satu yang menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian antara lain kualitas pelayanan (*service quality*). Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk (Litiloly, 2020). Kualitas pelayanan mempunyai hubungan langsung dengan keputusan pembelian dan kemampuan bersaing dengan tingkatan keuntungan yang diperoleh restoran. Kualitas pelayanan perlu mendapat perhatian yang besar dari manajer (Suharto & Suryoko, 2017).

*Store Atmosphere* (suasana toko) tidak hanya dapat memberikan suasana lingkungan pembelian yang menyenangkan saja, tetapi juga dapat memberikan nilai tambah terhadap produk yang dijual. Selain itu, *store atmosphere* (suasana toko) juga akan menentukan citra toko itu sendiri (Rohmawaty & Nurtjahjani, 2019). Sedangkan menurut Prasetyo, Fadhilah, Cahyani (2021), Desain dari *Store Atmosphere* juga perlu dibuat tatanan strategis mulai dari lokasi, bentuk bangunan, lingkungan sekitar,pemilihan nama toko dan konsep toko. Desain suasana toko yang tepat nantinya akan memberikan penilaian tersendiri terhadap konsumen dalam menetukan pilihan toko untuk berbelanja.

Menurut Arianto & Satrio (2020), lokasi menunjukkan tempat dimana suatu usaha atau aktifitas usaha dilakukan. Pemilihan lokasi usaha menjadi salah satu faktor untuk kesuksesan sebuah usaha. Karena lokasi yang mudah dijangkau merupakan hal yang tepat untuk melakukan usaha. Sehingga dapat mempengaruhi pertumbuhan usaha di masa mendatang. Lokasi memiliki peran penting dalam penempatan sebuah restoran, jika lokasi yang ditentukan tidak tepat sasaran, restoran tidak dapat mencapai tujuan yang efektif dan efisien. Lokasi memiliki konsep bahwa pemilihan tempat yang strategis akan menjadikan restoran mudah dijangkau dan produk yang ditawarkan mudah diperoleh sehingga besar kemungkinan terjadi keputusan untuk melakukan pembelian (Sari, 2021).

Salah satu restoran yang begitu populer di kota Surakarta antara lain Grandis Barn. Pemilik restoran ini Rio Haryanto. Restoran ini baru soft opening pada Bulan 16 Juli 2019. Namun, keunikan Grandis Barn telah sukses mendatangkan banyak pengunjung. Pengunjung restoran ini tidak hanya dari Kota Solo dan sekitarnya, melainkan dari daerah lain seperti Semarang atau Surabaya. Sesuai namanya, Grandis Barn seolah menyerupai gudang di tengah hutan jati. Nama Grandis diambil dari nama latin jati, *Tectona* *Grandis* dan *barn* yang merupakan bahasa Inggris dari lumbung atau gudang. Grandis Barn ini terletak di Desa Blulukan, Kecamatan Colomadu, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah. Lokasinya tidak jauh dari pusat Kota Solo dan Bandara Internasional Bandara Adi Soemarmo. Bagian depan restoran memiliki konsep seperti bar di luar negeri. Pengunjung bisa memesan aneka minuman atau sajian di meja bar. Proses pembuatan aneka sajian pun bisa disaksikan langsung. Sementara bagian belakang restoran ditujukan untuk resto keluarga. Biasanya sembari menunggu pesanan sampai di atas meja, pengunjung akan berfoto atau selfie dengan latar belakang *interior* resto yang unik. Tidak sedikit pula yang foto-foto dahulu di luar dengan latar belakang *eksterior* Grandis Barn plus pohon jati di sekitarnya. Fenomena ini menarik untuk diteliti karena restoran dengan harga yang relatif mahal, Grandis Barn tetap digemari banyak orang.

Dari uraian latar belakang masalah tersebut dapat dipahami penelitian ini mengkaji tentang “Keputusan Pembelian di Grandis Barn Colomadu melalui Kualitas Pelayanan, *Store Atmosphere*, dan Lokasi”.

## Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan, *store atmosphere*, dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Grandis Barn Colomadu?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Grandis Barn Colomadu?
3. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Grandis Barn Colomadu?
4. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Grandis Barn Colomadu?

## Batasan Masalah

Agar penelitian ini bisa dilakukan dengan baik, maka penulis memandang bahwa bahasan yang perlu dibahas serta harus dibatasi rinciannya sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya meneliti tentang kualitas pelayanan, *store atmosphere* dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Grandis Barn Colomadu.
2. Penelitian ini hanya dilakukan pengambilan sample pada konsumen/pelanggan di Grandis Barn Colomadu.

## Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan, *store atmosphere*, dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Grandis Barn Colomadu.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Grandis Barn Colomadu.
3. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian di Grandis Barn Colomadu.
4. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di Grandis Barn Colomadu.

## Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan serta wawasan yang luas, mengembangkan potensi khususnya dalam manajemen pemasaran.

1. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai masukan, pertimbangan dan bahan acuan serta rujukan, untuk bahan evaluasi terutama yang berkaitan dengan pemasaran dan manajemennya, khususnya Grandis Barn Colomadu serta agar lebih meningkatkan keputusan pembelian.