

# BAB 1. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi dan industri sangat mempengaruhi perkembangan zaman, terutama dalam dunia bisnis modern seperti saat ini. Seiring waktu, kebutuhan akan kepraktisan dan kemudahan semakin meluas di masyarakat. Hal ini sangat terasa dalam bidang kuliner, di mana konsumen menginginkan makanan cepat saji yang praktis karena kesibukan mereka (Mathew & Sharma, 2023).

Permintaan akan makanan praktis terus meningkat seiring dengan gaya hidup yang semakin cepat. Menurut data berdasarkan riset dari Grand View Research yang berjudul “*Ready Meals Market Size, Share & Trends Report*”, pasar global makanan siap saji memiliki nilai sebesar USD 143,86 miliar pada tahun 2021 dan diproyeksikan mengalami pertumbuhan dengan laju pertumbuhan tahunan gabungan (*Compound Annual Growth Rate/CAGR*) sebesar 5,1% selama periode 2022 hingga 2030. Pertumbuhan ini didorong oleh pergeseran preferensi konsumen terhadap makanan siap saji, yang disebabkan oleh gaya hidup masyarakat yang semakin sibuk, khususnya di kalangan pekerja dan mahasiswa dengan jadwal aktivitas yang padat.

Menurut Zamhari (2022), menyatakan bahwa kebutuhan dan keinginan manusia yang beragam serta cepat berubah berpengaruh terhadap tren kuliner. Pada awalnya, manusia hanya mengonsumsi makanan pokok, seperti nasi dan lauk pauk yang khas dari negara asal mereka. Namun, seiring dengan perubahan kebutuhan dan keinginan tersebut, saat ini mereka mulai menunjukkan ketertarikan untuk mencoba makanan dari berbagai negara lain.. Fenomena ini memberi peluang bagi perusahaan kuliner untuk semakin inovatif mengikuti tren kuliner belakangan ini. Ramen digolongkan sebagai salah satu jenis produk yang sangat populer, mudah diterima dan mulai diminati oleh masyarakat terutama pada kalangan pelajar dan mahasiswa yang suka mencari suasana baru atau mengeksplorasi suatu hal baru dalam bidang kuliner karena kepraktisan dan kemudahan akses dalam mendapatkan produk tersebut.

Ramen berasal dari hidangan mie yang dibawa oleh imigran China ke Jepang pada abad ke-17 dan kemudian berkembang menjadi makanan khas Jepang yang sangat populer. Di Jepang, ramen dikenal luas dengan berbagai variasi dan banyak kedai yang menyajikannya di seluruh negeri. Sebagian konsumen mengonsumsi ramen karena rasa penasaran ingin mencoba, sementara yang lain memang menyukai cita rasanya (Yulianti, 2023). Popularitas ramen ini juga telah meluas ke berbagai negara, termasuk Indonesia.

Ramen meskipun bukan hidangan asli Indonesia, berhasil menarik perhatian pecinta kuliner di tanah air, khususnya di Kabupaten Jember. Popularitas ini disebabkan karena ramen terbuat dari bahan yang cocok di lidah masyarakat. Selain itu, ramen telah melewati proses modifikasi dalam pembuatannya, baik pada kuah maupun *topping* untuk menyesuaikan dengan selera konsumen Indonesia. Kebutuhan akan *lifestyle* ini menjadi peluang bisnis baru bagi pelaku usaha di bidang kuliner (Zamhari, 2022). Karena hal itu pada saat ini di Kota Jember sangat banyak restoran ramen yang bermunculan.

Maramu Ramen merupakan salah satu tempat yang menyajikan menu ramen khas Jepang di Jember. Kedai ini menawarkan hidangan menu makanan khas Jepang, salah satu menu andalannya yaitu ramen. Maramu Ramen berlokasi di Jl. Mastrip Timur No.95, Krajan Timur, Sumbersari, Kec. Sumbersari, Kabupaten Jember, Jawa Timur. desain kedai ini mengusung konsep *outdoor* dengan nuansa Jepang, sehingga menciptakan suasana yang nyaman sebagai sarana pertemuan dan menikmati makanan dengan teman atau keluarga. Harga yang ditawarkan cukup terjangkau yaitu Rp 19.000 - Rp. 35.000. Selain harga memiliki harga yang terjangkau, Maramu Ramen memiliki lokasi yang strategis, dimana lokasi tersebut berada dilingkungan pelajar/mahasiswa dan pekerja yang memudahkan akses bagi konsumen. Maramu Ramen buka setiap hari mulai pukul 10.00 hingga 22.00 WIB.

Perkembangan tren kuliner yang semakin beragam, terutama dengan masuknya makanan-makanan asing seperti ramen yang populer di Indonesia menciptakan peluang bagi industri kuliner untuk berinovasi, khususnya di Kabupaten Jember. Saat ini, terdapat sekitar sepuluh kedai atau restoran yang

menyajikan menu ramen di Kabupaten Jember, seperti Maramu Ramen, Ramencha, Yoshinoya Japanese Restaurant, Ramen Go dan lainnya. Jumlah pelaku usaha yang cukup banyak dalam sektor kuliner ramen mencerminkan tingkat persaingan bisnis yang semakin tinggi. Selain budaya makanan yang beragam dan minat masyarakat untuk mencoba hal-hal baru juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Makanan seperti ramen, meskipun asalnya dari China dan Jepang, kini telah menjadi bagian dari tren kuliner global yang diterima oleh berbagai kalangan di Indonesia. Peneliti melihat bahwa faktor budaya, sosial, dan pribadi berperan dalam memengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian ramen, terutama di tempat seperti Maramu Ramen yang menawarkan konsep kedai Jepang dengan harga terjangkau dan suasana yang nyaman.

Fenomena perkembangan tren kuliner, khususnya popularitas ramen di Kabupaten Jember, menunjukkan adanya peluang bisnis yang menjanjikan. Namun, pengaruh faktor budaya, sosial, dan pribadi terhadap keputusan pembelian ramen di tempat seperti Maramu Ramen belum banyak diteliti secara mendalam. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ketiga faktor tersebut terhadap keputusan pembelian ramen di Maramu Ramen Jalan Mastrip, Kabupaten Jember.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Ramen Di Maramu Ramen Jalan Mastrip Kabupaten Jember”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bersumber dari latar belakang penelitian di atas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah faktor budaya berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian Ramen di Maramu Ramen Jalan Mastrip?
2. Apakah faktor sosial berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian Ramen di Maramu Ramen Jalan Mastrip?

3. Apakah faktor pribadi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian Ramen di Maramu Ramen Jalan Mastrip?
4. Apakah faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Ramen di Maramu Ramen Jalan Mastrip?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini antara lain:

1. Untuk menguji dan menganalisis apakah faktor budaya berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian Ramen di Maramu Ramen Jalan Mastrip
2. Untuk menguji dan menganalisis apakah faktor sosial berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian Ramen di Maramu Ramen Jalan Mastrip
3. Untuk menguji dan menganalisis apakah faktor pribadi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian Ramen di Maramu Ramen Jalan Mastrip
4. Untuk menguji dan menganalisis apakah faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Ramen di Maramu Ramen Jalan Mastrip.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian diatas, manfaat penelitian ini antara lain:

1. Bagi Perusahaan  
Penelitian ini sebagai bahan masukan bagi manajemen perusahaan untuk mengetahui pengaruh budaya, sosial, dan pribadi terhadap proses keputusan pembelian produk.
2. Bagi Peneliti  
Penelitian ini dapat memperluas pemahaman peneliti tentang bagaimana faktor budaya, sosial, dan pribadi mempengaruhi perilaku konsumen dalam

pengambilan keputusan pembelian, khususnya di industri kuliner. Peneliti dapat menggali lebih dalam mengenai dinamika yang terjadi di pasar lokal, dalam hal ini di Kabupaten Jember.

### 3. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi yang relevan untuk penelitian-penelitian selanjutnya dan diharapkan mampu memberikan sumbangan informasi dan pustaka bagi pihak yang membutuhkan.