
ANALISIS PERILAKU KONSUMEN *DINE IN* DI RESTORAN PAPPAJACK CABANG TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA PADA ERA NEW NORMAL

Andreuin Axell Cendana F

Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen, Universitas Widya Kartika Jl. Sutorejo Prima Utara II/1, Surabaya 60113
Email: xl8531@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya covid-19 yang mempengaruhi perilaku konsumen dine in di sebuah restoran. Secara perlahan ada perubahan perilaku konsumen yang terjadi karena mengingat covid yang membuat masyarakat menjadi takut karena covid-19 merupakan virus yang cukup cepat untuk menular. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan perilaku konsumen yang berada di restoran Pappa Jack cabang Tunjungan Plaza Surabaya sebelum adanya era new normal dan sesudah adanya era new normal, selain itu penulis juga ingin mengetahui faktor apa saja yang membuat konsumen nyaman berada di dalam restoran. Penelitian ini diharapkan memiliki banyak manfaat yang berguna nanti dimasa mendatang baik bagi penulis, masyarakat, maupun restoran yang dijadikan subjek penelitian oleh penulis.

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif dengan Teknik non probability sampling, dan juga menggunakan wawancara mendalam terhadap para narasumber yang memenuhi kriteria yang sudah ditentukan oleh penulis. Berdasarkan hasil Analisa dari wawancara mendalam penulis dengan narasumber, ditemukan adanya korelasi antara jawaban yang diberikan oleh narasumber dengan teori yang digunakan oleh penulis sebagai acuan dalam melakukan penelitian ini.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Metode Kualitatif, Restoran

Abstract

This research is motivated by the presence of COVID-19, which affects the behavior of dine-in consumers in a restaurant. Gradually, there is a change in consumer behavior that occurs because of COVID-19 that makes people afraid because COVID-19 is a virus that is fast enough to spread. This study aims to determine the differences in consumer behavior in the Pappa Jack restaurant at the Tunjungan Plaza Surabaya branch before and after the new normal era. Besides that, the author also wants to know what factors make consumers comfortable in the restaurant. This research is expected to have many useful benefits later in the future, both for writers, the community, and the restaurants that are used as research subjects by the author.

This study employed a qualitative approach with a non-probability sampling technique, as well as in-depth interviews with resource persons who met the author's criteria. Based on the results of the analysis of the author's in-depth interview with the resource person, it was found that there was a correlation between the answers given by the resource person and the theory used by the author as a reference in conducting this research.

Keywords: Consumer Behavior, Qualitative Method, Restaura

1.PENDAHULUAN

Di masa pandemi covid-19 ini yang mana kondisi sangat tidak stabil bagi para masyarakat untuk beraktifitas sebebasa atau se leluasa saat tidak adanya

^{*)} Penulis Korespondensi.

E-mail: Xl8531@gmail.com

pandemi covid-19, masyarakat merasa sangat terganggu dengan adanya pandemi ini, mulai dari pekerjaan yang mulai diliburkan karna takut penularan covid-19 semakin menyebar karena menurut penelitian yang terbukti bahwa penularan covid-19 sangatlah cepat dan sangat berbahaya bagi masyarakat.

Manusia memiliki kebutuhan yang perlu dipenuhi dan dicukupi oleh karena itu banyak restoran yang masi memiliki kesempatan untuk menawarkan jasa antar sampai rumah yaitu delivery service yang mana artinya adalah mengantarkan makanan yang dipesan sampai ke depan rumah dengan adanya hal ini tentu membuat para masyarakat tidak perlu repot untuk keluar dan membeli makan karna biasanya restoran memberikan gratis ongkir/ ongkos kirim yang mana sangat menarik bagi para konsumen yang ingin merasakan masakan restoran meskipun tidak dapat hadir langsung / dine-in di restoran yang biasanya bisa di singgahi saat ke mal sebelum adanya pandemi covid-19.

Sejak Oktober 2020 Sampai Sekarang, bisa diperkirakan sekitar 125 hingga 150 restoran yang tutup perbulan dikarenakan adanya pandemi Covid-19 ini. Dengan kondisi yang seperti ini maka para pelaku usaha restoran harus membuat strategi pemasaran yang cukup bagus untuk bisa bertahan dan mendatangkan konsumen ke tempat mereka. banyak restoran yang tidak bisa bertahan dalam kondisi yang bisa dibilang sangat menyusahakan bagi semua piak dari pihak restoran maupun pihak masyarakat.

Restoran Pappa Jack cabang tunjungan plaza Surabaya sendiri merupakan salah satu restoran yang bisa dibilang terkena dampak dari Covid-19 dan dengan adanya ppkm yang diberlakukan oleh pemerintah kota Surabaya, maka mereka juga mengalami penurunan laba karena banyak konsumen yang tidak berani untuk makan diluar rumah, selain itu tingkat pengunjung di restoran pappa jack karena adanya pembatasan aktivitas di luar rumah oleh pemerintah.

Restoran Pappa jack cabang tunjungan plaza merupakan restoran yang bisa dibilang berada ditengah kota karena berada di dalam mall tunjungan plaza yang membuat restoran pappa jack mempunyai akses yang memudahkan pengunjung untuk datang selain itu mall tunjungan plaza juga merupakan mall yang sangat digemari oleh para masyarakat di wilayah Surabaya.

Pada era new normal yang baru kita masuki saat ini mulai banyak konsumen yang mulai berani beraktifitas kembali selayaknya normal seperti sedia kala tetapi banyak perubahan yang membuat konsumen memandang suatu tempat yang ingin dikunjungi, sekarang banyak dari konsumen ingin merasakan suasana normal dengan aman dalam arti tidak takut tertular virus dari covid-19, jadi sudut pandang yang digunakan oleh konsumen untuk melihat suatu tempat umum menjadi berbeda dibandingkan sebelum covid- 19 hadir di Indonesia.

2. METODOLOGI PENELITIAN

JENIS PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif karena penulis ingin mengetahui perubahan perilaku konsumen yang membuat peneliti mengangkat tema **ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DINE IN DI RESTORAN PAPPAJACK CABANG TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA PADA ERA NEW NORMAL.**

MENENTUKAN LOKASI PENELITIAN

Penelitian ini mengambil lokasi di restoran pappa jack cabang tunjungan plaza surabaya, alasan karena restoran tsb mencakupi byk aspek yang penulis butuhkan untuk penelitian ini.

SUMBER DATA

Sumber data penelitian didapat dari yang merupakan pelanggan dari restoran pappa jack cabang tunjungan plaza surabaya karena konsumen disana dapat memberikan jawaban yang menurut penulis cukup valid sebagai data.

POPULASI

Populasi pada penelitian ini adalah Konsumen yang sedang dine-in di restoran pappa jack cabang tunjungan plaza surabaya

SAMPEL

Menurut Sugiyono (2015:73), Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Dalam penelian ini, jumlah sampel yang digunakan sebanyak 5 responden yang merupakan konsumen yang berada di restoran pappa jack cabang tunjungan plaza surabaya

TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode non probability sampling. Non probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2015). Cara yang digunakan adalah convenience sampling yaitu sebuah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan saja, peneliti memilih populasi berdasarkan yang dirasa bersedia untuk menjadi responden dan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan.

Kriteria yang ditentukan penulis di bawah ini adalah :

- Sampel pernah makan/ dine-in di restoran pappa jack cabang tunjungan plaza surabaya
- Sampel berumur diatas 17 tahun agar bisa menjadikan sampel lebih terverifikasi

METODE PENGUMPULAN DATA

Dalam penilitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis adalah wawancara mendalam. Menurut Sugiyono (2017:194) Wawancara dapat digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melaksanakan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang akan dilakukan penelitian, jika peneliti juga ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah dari responden tersebut sedikit.

Penelitian ini menggunakan wawancara mendalam, karena dengan wawancara mendalam penulis bisa mengetahui pendapat tentang subjek yang diteliti yaitu adalah restoran, dari segi suasana, cita rasa yang disajikan oleh restoran dan juga perilaku konsumen yang makan ditempat/ dine-in di restoran tersebut

Selain itu, penulis juga menggunakan 3 teknik pendukung agar data yang dikumpulkan ini bisa lebih akurat dan dipercaya yaitu observasi, dokumentasi dan metode analisis data.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Di tahap ini, penulis akan menjabarkan hasil – hasil yang sudah didapatkan berdasarkan hasil wawancara mendalam kepada setiap narasumber dan membahasnya satu per satu secara mendalam guna mendapatkan hasil kesimpulan yang nanti nya diharapkan jawaban dari setiap narasumber terhadap pertanyaan yang diberikan oleh penulis paling tidak

memiliki hubungan atau korelasi dengan landasan teori yang digunakan dan akhirnya digunakan untuk merumuskan kesimpulan di bagian Bab V.

Melalui hasil analisa data yang dilakukan oleh penulis terhadap lima orang narasumber yang berbeda, bisa ditemukan korelasi antara jawaban – jawaban. Melalui hasil analisa data yang dilakukan oleh penulis terhadap lima orang narasumber yang berbeda, bisa ditemukan korelasi antara jawaban – jawaban yang diberikan oleh narasumber terhadap teori – teori yang digunakan penulis dalam meneliti penelitian ini.

Di pertanyaan pertama, penulis menanyakan tentang mengatakan bahwa saat pandemi sebelum era new normal restoran cenderung sepi dan para konsumen cenderung memesan lewat aplikasi pesan antar atau delivery order yang mana mengantarkan makanan sampai rumah konsumen, tetapi ada narasumber juga yang tetap melakukan dine-in di restoran, dia berkata bahwa restoran sangat berubah drastis akibat dampak covid-19, penurunan jumlah konsumen langsung terlihat di restoran, tetapi saat era new normal semua berubah karena banyak konsumen yang cukup percaya untuk datang langsung ke restoran untuk dine-in. karena konsumen nyaman melihat protokol Kesehatan yang diterapkan di restoran yang membuat suasana nyaman bagi para konsumen.

Jadi suasana merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi keinginan konsumen untuk dine-in apalagi saat masa pandemi, konsumen akan memilih tempat makan yang suasananya nya membuat mereka dapat nyaman didalam nya

Di pertanyaan kedua, penulis menanyakan narasumber memiliki beberapa kesamaan dalam proses pemilihan keputusan untuk dine in di tunjungan plaza Surabaya di era new normal yaitu masing-masing narasumber memperhatikan kenyamanan restoran saat mereka memilih untuk dine-in di sebuah restoran. Kebutuhan sebagai konsumen yaitu makanan, suasana, dan harga yang terjangkau. Sebagai contoh narasumber chrisella yang memilih tempat yang tidak terlalu ramai karena merasa lebih nyaman dibandingkan dengan restoran yang terlihat cukup padat didalam nya, sama halnya dengan narasumber ibu apriani yang memilih restoran dengan melihat suasana restoran yang cukup nyaman karena ibu apriani mempunyai anak kecil, sehingga pastinya akan memilih restoran yang bisa memberikan suasana nyaman bagi anak kecil dan juga makanan yang bisa dimakan oleh anak anak. Sedangkan untuk narasumber fabianus memilih restoran dengan mengutamakan harga yang cukup terjangkau karena masih berstatus mahasiswa dan juga mencari tempat yang memperhatikan protokol Kesehatan yang dinilainya cukup meyakinkan sehingga ia nyaman dine-in di dalam restoran.

Dengan teori yang digunakan bisa disimpulkan bahwa pengambilan keputusan untuk dine-in (makan ditempat) dipengaruhi oleh persepsi dari konsumen karena seperti hasil jawaban dari wawancara Bersama konsumen yaitu konsumen melihat dan menilai terlebih dahulu, Dengan kata lain persepsi merupakan suatu proses yang membuat seseorang untuk memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan rangsangan - rangsangan yang diterima menjadi suatu gambaran yang berarti dan lengkap tentang dunianya.

Di pertanyaan ketiga, penulis menanyakan tentang pernyataan bahwa protokol yang diterapkan di restoran pappa jack cabang tunjungan plaza Surabaya membuat para konsumen merasa nyaman saat dine-in atau makan ditempat seperti terdapat alat pengecekan suhu tubuh saat memasuki area restoran, selanjutnya terdapat penyemprotan disinfektan terhadap kursi dan meja makan yang akan ditempati oleh para konsumen setelah itu para pelayan diwajibkan menggunakan sarung tangan saat melayani konsumen yaitu saat menyajikan makanan dan juga mencatat pesanan, setelah itu restoran pappa jack menyediakan segelas air panas untuk merendam peralatan makan yang akan digunakan oleh para konsumen.

Jadi sikap merupakan salah satu faktor untuk konsumen menilai apakah protokol yang diterapkan oleh restoran pappa jack cukup untuk membuat mereka nyaman untuk dine-in atau makan di restoran tersebut.

Di pertanyaan keempat, penulis menanyakan tentang narasumber kualitas makanan yang ada di restoran pappa jack cabang tunjungan plaza Surabaya sangat terjaga kebersihannya, seperti yang dikatakan oleh narasumber pertama bahwa chrisella sama sekali tidak menemukan rambut ataupun kotoran dalam bentuk apapun yang berada atau terjauh dimakanannya, setelah itu sama juga dengan narasumber David dan Fabianus bahwa mereka melihat bahwa para pelayan dan koki yang memasak (bisa terlihat dari jendela yang menunjukkan dapur) bahwa mereka menggunakan masker dan juga faceshield untuk menjaga kualitas makanan yang akan disajikan kepada para konsumen, dan juga tidak lupa untuk memakai sarung tangan dan juga makanan yang sudah disiapkan, dibungkus oleh lapisan plastic alasannya karena ingin menjaga kesterilan makanan sampai tangan konsumen agar tidak ada virus yang kita ketahui dapat menular melalui udara dan lapisan plastik ini cukup membuat para konsumen merasa nyaman dan aman saat memakan makanan mereka.

Menurut Setiabudi (2003) Mendefinisikan motivasi konsumen adalah keadaan didalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan kegiatan guna mencapai suatu tujuan.

Sehingga motivasi yang membuat konsumen untuk datang Kembali ke restoran tersebut untuk mengkonsumsi makanan yang disediakan oleh restoran pappa jack cabang tunjungan plaza Surabaya.

Di pertanyaan kelima, penulis menanyakan tentang restoran pappa jack cukup memenuhi kebutuhan para konsumen seperti narasumber fabianus mengatakan bahwa restoran pappa jack cukup memenuhi kebutuhan dia sebagai mahasiswa yang ingin makanan yang enak dengan harga yang terjangkau, serta suasana restoran yang bisa dibuat hangout bersama teman temannya, beda halnya dengan narasumber ibu apriani dan ibu seseria yang sudah mempunyai keluarga mereka mengatakan bahwa restoran pappa jack sangat cocok sekali untuk melakukan makan malam maupun makan siang Bersama keluarga, karena anak anak dapat makan makanan yang disajikan oleh restoran pappa jack cabang tunjungan plaza Surabaya dan juga dekorasi restoran sangat mendukung untuk keluarga sehingga dari berbagai kalangan umur akan merasa nyaman makan makanan di restoran

Menurut konsep sikap yang mana konsumen mengevaluasi dan menilai bahwa restoran pappa jack cukup membuat mereka merasa terpenuhi dalam kebutuhan yang mereka cari dan meskipun para narasumber yang telah diwawancara memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda beda tetapi di restoran pappa jack dapat membuat ekspektasi mereka dan kebutuhan mereka terpenuhi.

4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian ini, kesimpulan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil wawancara dari lima narasumber penelitian ini memiliki pengunjung dari berbagai kalangan dari kalangan anak muda sampai dewasa dengan rentang usia 20-45 tahun. Mayoritas konsumen melakukan pembelian di restoran pappa jack dengan mempertimbangkan persepsi pribadi dari masing masing konsumen.
2. Pada proses pengambilan keputusan di restoran pappa jack cabang tunjungan plaza, tujuan konsumen berkunjung restoran karena cita rasa makanan dan kualitas makanan serta harapan berkunjung ke restoran untuk mengonsumsi produk. Konsumen memutuskan berkunjung ke restoran karena cita rasa makanan, pelayanan, dan suasana yang ada di restoran
3. Pada saat pandemi restoran pappa jack masi dapat beroperasi meskipun jumlah pengunjung di restoran menurun drastic tetapi, dengan adanya protokol Kesehatan, restoran pappa jack masi mendapatkan beberapa pengunjung. Kemudian saat era new normal restoran pappa jack mulai beradaptasi dengan cara menerapkan protokol Kesehatan yaitu dengan

adanya pengecekan suhu tubuh dan penggunaan hand sanitizer sebelum masuk ke restoran, setelah itu menyemprotkan disinfektan untuk kursi dan juga meja yang akan digunakan oleh konsumen sesuai dengan napa yang dianjurkan oleh pemerintah. Dalam hal ini membuat konsumen percaya dengan kualitas dan kebersihan restoran papa jack.

4. Dalam faktor pengambilan keputusan yang mencakup Motivasi, Persepsi, Sikap komponen yang paling dipertimbangkan adalah motivasi. Mahasiswa mempunyai motivasi berkunjung Bersama teman teman. Restoran papa jack sangat cocok karena dapat memenuhi kebutuhan mahasiswa yang ingin sekedar santai di restoran serta berkumpul Bersama teman. Sedangkan orang dewasa yang paling dipertimbangkan adalah persepsi, melihat bagaimana fasilitas yang diperlihatkan oleh restoran yang membuat para konsumen nyaman. Mayoritas konsumen orang dewasa memilih untuk makan Bersama keluarga sebab itu pengambilan keputusan mencakup persepsi mereka terhadap restoran.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari bahwa selama proses hingga terselesaikannya skripsi ini banyak mendapatkan kontribusi dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih atas segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan, yakni kepada:

1. Arief Budiman B.S., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika Surabaya.
2. Dr. Erna Ferrinadewi, S.E., M.M. selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Widya Kartika Surabaya sekaligus Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak memberikan nasihat, saran, dan dorongan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi.
3. Martinus Rukisomono, S.E., M.M. selaku Dosen prodi manajemen yang juga sudah memberikan semangat dan juga membantu penulis hingga skripsi/ tugas akhir ini dapat terselesaikan.
4. Erwin Rediono Tan, MBA selaku Dosen Wali sekaligus Dosen Pembimbing yang dengan bijaksana memberikan bimbingan dan saran selama penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Muis Murtadho, S.E., M.M. selaku Dosen Prodi Manajemen yang memberikan banyak motivasi dan memberikan pencerahan dalam pembuatan skripsi ini.
6. Segenap Dosen Universitas Widya Kartika Surabaya yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
7. Para responden: Chrisella Fenina, David Leonard, Fabianus Tanuwijaya, Ibu Apriani, Ibu Seteria yang telah membantu penulis untuk melakukan penelitian dan memberikan informasi yang bermanfaat sampai dengan terselesaikannya skripsi ini.
8. Kedua Orangtua penulis, yang telah berusaha semaksimal mungkin agar penulis dapat melanjutkan pendidikan sampai saat ini, yang juga memotivasi, dan berdoa demi kesuksesan penulis.
9. Rekan dan teman – teman seperjuangan penulis yang menyemangati penulis dikala gerah dan resah saat sedang proses pembuatan skripsi.
10. Pihak - pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, atas bantuannya baik secara langsung maupun tidak langsung bagi penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Lillicrap, Dennis and Cousins, John. (2010). Food and Beverage Service. London:Hodder Education.
- Murphy, M. C., & Dweck, C. S. (2016). Mindsets shape consumer behavior. *Journal of Consumer Psychology*.
- Kotler, P. (2012). *Kotler On Marketing*. In *Kotler On Marketing*

Kotler, Philip. 2008. Manajemen Pemasaran Jilid 1. Prehallindo, Jakarta.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). Marketing. In Perarson

Pitoewas, B. (2018). Pengaruh Lingkungan Sosial Dan Sikap Remaja Terhadap Perubahan
Tata Nilai.