

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebudayaan sangat erat hubungannya dengan perilaku masyarakat itu sendiri. Melalui kebudayaan, individu akan memiliki tingkat pengetahuan serta gagasan maupun ide yang ada dalam pikiran manusia itu sendiri di mana jika dihubungkan dengan kehidupan sehari-hari maka kebudayaan dapat bersifat abstrak sedangkan perwujudan kebudayaan itu sendiri meliputi benda-benda yang diciptakan oleh manusia seperti pola perilaku, bahasa, organisasi sosial, serta benda-benda nyata yaitu peralatan hidup, seni dan lain-lainnya yang semuanya bertujuan untuk membantu kelangsungan hidup masyarakat yang ada dalam sebuah negara.

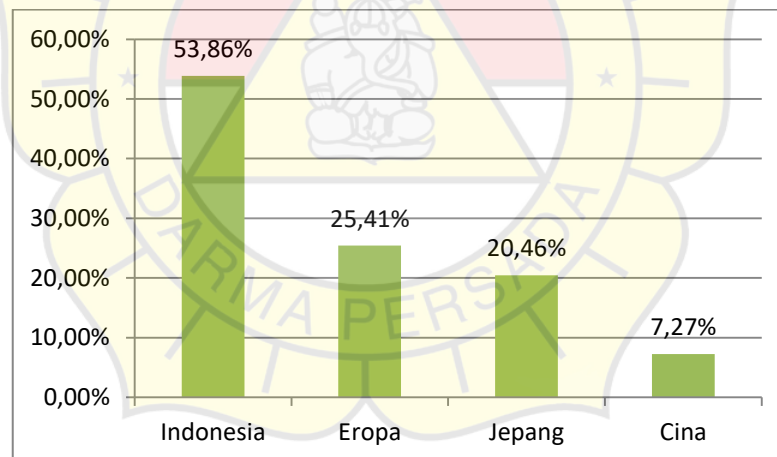
Banyaknya budaya asing yang masuk ke Indonesia memberikan efek terhadap kelangsungan hidup masyarakat dari segala bidang kehidupan namun pengaruh ini akan berimbas pada kebudayaan yang dimiliki oleh Indonesia sendiri, karena pengaruh budaya asing membuat secara tidak langsung munculnya goncangan budaya (*culture shock*) di mana masyarakat tidak mampu menahan berbagai pengaruh dari kebudayaan yang datang dari luar sehingga menyebabkan munculnya ketidakseimbangan dalam kehidupan masyarakat yang bersangkutan. Menurut Bakhtiar (2018:12), penyerapan unsur budaya dari luar yang dilakukan secara cepat oleh suatu negara dan cenderung tidak melalui proses internalisasi yang mendalam akan menyebabkan terjadinya ketimpangan antara wujud yang ditampilkan dengan nilai-nilai yang menjadi landasan dalam negara tersebut di mana hal ini cenderung disebut dengan istilah ketimpangan budaya.

Fenomena yang terjadi di era sekarang adalah semakin banyaknya bidang kuliner dari negara asing yang masuk ke Indonesia. Makanan menjadi instrumen yang digunakan dalam gelombang budaya global di mana makanan yang diproses oleh suatu negara cenderung dalam prosesnya dimasukkan nilai

budaya sehingga saat makanan disajikan nilai budayapun akan ikut mempengaruhi gaya penyajian makanan tersebut meskipun makanan tersebut direpresentasikan di negara lain.

Salah satu makanan dari negara asing yang populer di Indonesia adalah makanan yang berasal dari Jepang. Menurut Kevin Prianto Soemantri selaku *food and restaurant observer*, salah satu makanan yang paling digemari orang Indonesia selain makanan lokalnya adalah makanan Jepang, hal tersebut dikarenakan makanan serta *dessert* khas Jepang memiliki rasa yang khas namun menjadi bagian integral dalam makanan Asia dan makanan global sehingga makanan Jepang dapat diterima dengan baik oleh lidah orang Indonesia (Fauziah, 2018:57). Berikut data jenis masakan utama yang banyak disajikan di Indonesia

Tabel 1.1
Data Jenis Masakan Utama Yang Disajikan Di Indonesia Periode 2020



Sumber: Badan Pusat Statistik, 2020.

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa jenis masakan utama yang banyak disajikan di Indonesia pada tahun 2020 adalah masakan lokal Indonesia sendiri dengan persentase 53,86% sedangkan jenis masakan utama dari luar negara yang banyak disajikan di Indonesia pada tahun 2020 yaitu Eropa dengan persentase 25,41%, posisi kedua yaitu Jepang dengan persentase 20,45%, posisi ketiga yaitu Cina dengan persentase 7,27%, dan sisanya merupakan masakan yang berasal dari negara lain. Hal ini menandakan

bahwa masakan dari negara Jepang cukup diminati oleh masyarakat Indonesia. Masakan Jepang tidak hanya digemari oleh kalangan usia dewasa, tetapi kalangan usia muda juga sangat menggemari masakan tersebut. Namun sekarang mengonsumsi makanan Jepang bukan hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan dasar seseorang, tetapi telah menjadi gaya hidup anak muda yang memberikan kesan mewah.

Gaya hidup dalam mengonsumsi makanan merupakan pola atau cara seseorang untuk menunjukkan keaktualisasian dirinya terhadap lingkungan sekitarnya di mana gaya hidup mengonsumsi makanan dari luar negeri pada era sekarang telah menjadi bagian dari kebutuhan yang penting dipenuhi oleh seseorang. Gaya hidup dalam mengonsumsi makanan tercipta dari adanya kebiasaan-kebiasaan yang dilakukan setiap harinya. Dalam kehidupan masyarakat terdapat orang-orang yang berasal dari sub budaya yang berbeda, kelas sosial, pekerjaan dan lain-lainnya di mana keberagaman ini akan menghasilkan suatu tindakan yang berbeda, dari tindakan tersebut maka akan memunculkan dampak terhadap kondisi yang ada di sekitarnya, bukan hanya pada kondisi fisik saja namun juga pada norma yang berlaku, tindakan inilah yang dinamakan gaya hidup (Feathertone, 2015:66) sehingga gaya hidup sangat mempengaruhi kepribadian seseorang karena sifatnya yang “menular”, khususnya dalam hal mengonsumsi makanan karena selalu mengikuti perkembangan zaman yang ada.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati (2016), yang berjudul “Gaya hidup dan Restoran Jepang” menunjukkan bahwa restoran Jepang telah memunculkan *trend* konsumsi makanan di kalangan masyarakat secara luas. Hal tersebut berkaitan dengan kesesuaian serta keunikan yang ditimbulkan oleh restoran yang mengusung konsep makanan Jepang dengan gaya hidup masyarakat Indonesia.

Gaya hidup sangat berkaitan erat dengan perilaku seseorang dalam hal mengonsumsi suatu barang atau jasa, yang berujung pada niat untuk melakukan suatu pembelian sehingga perubahan gaya hidup seseorang akan memberikan dampak yang luas pada berbagai aspek konsumsi seseorang

terkait barang dan jasa. Seseorang akan mudah memaksimalkan kepuasannya yang disesuaikan dengan gaya hidup yang diterapkan selama kemampuan finansialnya memungkinkan di mana pengetahuan menjadi alternatif dalam memunculkan minat seseorang untuk melakukan tindakan pembelian.

Resto Sushi Umaku Cibubur merupakan salah satu restoran yang ada di Jakarta yang mengusung konsep makanan Jepang di mana restoran ini berlokasi di Ruko City Walk Citragran Cibubur, Blok CW 1 No.26, Jl Alternatif Cibubur, Jakarta. Berdasarkan hasil observasi awal penulis dengan melakukan wawancara bersama pemilik restoran pada 28 Februari 2021 diperoleh informasi bahwa fenomena masyarakat yang sangat menyukai makanan Jepang membuatnya mengusung konsep makanan Jepang. Selain itu hal ini diperkuat dengan adanya persepsi masyarakat bahwa menyantap makanan Jepang akan memberikan kesan mewah dan jika dilihat memang sekarang hal ini telah menjadi pola hidup masyarakat di perkotaan terlebih lagi di kalangan anak-anak muda.

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan sebelumnya maka dapat diketahui bahwa ada pergeseran selera masyarakat Indonesia khususnya di daerah perkotaan dalam menikmati makanan asing sehingga hal ini menjadi hal yang menarik untuk diteliti, dalam hal ini penulis tertarik untuk mengangkat judul penelitian “Gaya Hidup konsumen Terhadap Daya Beli *Sushi* di Resto Sushi Umaku Cibubur”.

1.2 Penelitian Yang Relevan

Peneliti menggali informasi dari penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan sebagai bahan perbandingan, baik mengenai kekurangan atau kelebihan yang sudah ada. Adapun beberapa penelitian yang relevan yang dijadikan sebagai rujukan dalam penelitian ini antara lain:

1. Rachmawati (2016). Jurnal Desain Interior Dan Desain Produk, dalam penelitiannya yang berjudul “Gaya hidup dan Restoran Jepang”. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Hasil

penelitiannya menyimpulkan bahwa restoran Jepang telah memunculkan *trend* konsumsi makanan di kalangan masyarakat secara luas. Hal tersebut berkaitan dengan kesesuaian serta keunikan yang ditimbulkan oleh restoran yang mengusung konsep makanan Jepang dengan gaya hidup masyarakat Indonesia.

Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah sama-sama mengangkat topik mengenai gaya hidup pada restoran Jepang, dan sama-sama menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Adapun perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah peneliti berfokus pada gaya hidup dan daya beli konsumen terhadap restoran Jepang, serta tempat dan objek penelitian yang digunakan berbeda.

2. Dewi (2019). Jurnal Hubungan Internasional, dalam penelitiannya yang berjudul “Gastrodiplomasi Jepang di Indonesia dalam Program *Japan Halal Food Project*”. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah studi kepustakaan. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa Jepang telah mempromosikan produk makanannya ke Indonesia dengan mengusung konsep halal sebagai sebuah bentuk keramahan Jepang terhadap kaum Muslim di Indonesia. Cara yang dilakukan adalah dengan Program *Japan Halal Food Project*.

Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah sama-sama mengangkat topik mengenai makanan Jepang. Adapun perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah peneliti berfokus pada gaya hidup dan daya beli konsumen terhadap restoran Jepang, metode penelitian yang berbeda, serta tempat dan objek penelitian yang digunakan berbeda.

3. Gayatri (2018). Skripsi, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Faktor Sosial, Gaya Hidup dan Psikologis terhadap Pola Konsumsi Konsumen Muslim pada Restoran Jepang Sushi Marru Jambi”. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa faktor yang mendominasi pola konsumsi konsumen Muslim terhadap restoran Jepang

adalah gaya hidup faktor sosial serta psikologis berpengaruh secara signifikan terhadap pola konsumsi konsumen Muslim.

Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah sama-sama berfokus pada gaya hidup dan daya beli konsumen terhadap restoran Jepang. Adapun perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah metode penelitian yang berbeda serta tempat dan objek penelitian yang digunakan berbeda.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh budaya asing membuat secara tidak langsung munculnya goncangan budaya (*culture shock*) di Indonesia.
2. Semakin banyak bidang kuliner dari negara asing yang masuk ke Indonesia.
3. Salah satu makanan yang paling digemari orang Indonesia selain makanan lokalnya adalah makanan Jepang.
4. Mengonsumsi makanan Jepang bukan hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan dasar saja, tetapi telah menjadi gaya hidup anak muda untuk mendapatkan kesan mewah.

1.4 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan, maka penulis melakukan pembatasan masalah untuk menghindari adanya pelebaran pokok masalah agar lebih terfokus dan memudahkan pembahasan untuk mencapai tujuan dalam penelitian. Pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah mengenai gaya hidup mengonsumsi makanan dalam mempengaruhi daya beli konsumen, dengan objek penelitian yaitu Resto Sushi Umaku Cibubur.

1.5 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan pembatasan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kecenderungan konsumen dalam memilih makanan Jepang di Resto Sushi Umaku Cibubur?
2. Bagaimana gaya hidup dalam mempengaruhi daya beli konsumen di Resto Sushi Umaku Cibubur?

1.6 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kecenderungan konsumen dalam memilih makanan Jepang di Resto Sushi Umaku Cibubur.
2. Untuk menganalisis gaya hidup yang mempengaruhi daya beli konsumen di Resto Sushi Umaku Cibubur.

1.7 Landasan Teori

1.7.1 Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan pola atau cara seseorang untuk menunjukkan keaktualisasian dirinya terhadap lingkungan sekitarnya di mana gaya hidup di era sekarang telah menjadi bagian dari kebutuhan yang penting dipenuhi oleh seseorang (Kabalmay, 2017:2). Menurut Ong (2017:172), gaya hidup merupakan bagian dari kebutuhan sekunder individu yang dimungkinkan dapat berubah mengikuti zaman atau keinginan individu untuk mengubah gaya hidupnya. Menurut Nugroho (2018:148), gaya hidup secara luas diidentifikasi sebagai suatu cara hidup seseorang mengenai bagaimana individu tersebut menghabiskan waktu dalam aktivitasnya, apa yang individu tersebut anggap penting dalam lingkungannya, serta apa yang individu tersebut pikirkan mengenai dirinya sendiri serta pendapat sekitarnya.

Gaya hidup merupakan konsep yang lebih kontemporer, lebih komprehensif, serta lebih berguna dari kepribadian seseorang, sehingga perhatian yang lebih besar harus diarahkan kepada upaya untuk memahami konsepsi serta kata yang dikenal dengan istilah gaya hidup, mulai dari bagaimana gaya hidup diukur, hingga bagaimana gaya hidup digunakan. Gaya hidup akan memberikan motivasi kepada seseorang untuk melakukan pembelian secara intens (Engel dkk, 2010:383).

Menurut Amstrong (dalam Sumarwan, 2015:40), gaya hidup seseorang dapat tercermin dari perilaku yang dilakukannya seperti kegiatan-kegiatan untuk mendapatkan atau mempergunakan barang-barang maupun jasa, termasuk dalam proses pengambilan keputusan untuk menentukan kegiatan tersebut. Lebih lanjut gaya hidup dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor eksternal yang berasal dari luar diri seseorang serta faktor internal yang berasal dari dalam diri seseorang.

1. Faktor internal

Faktor internal meliputi sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif serta persepsi (Sumarwan, 2015:40-42).

- a. Sikap, yaitu kondisi jiwa serta keadaan berpikir yang dipersiapkan untuk memberikan respon terhadap suatu objek yang diorganisasikan melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku seseorang untuk bertindak. Kondisi jiwa ini sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan serta lingkungan sosial.
- b. Pengalaman dan pengamatan, yaitu keadaan di mana pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial seseorang terkait tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya seseorang di masa lalu yang dipelajari baik secara langsung maupun tidak langsung, hasil dari pengalaman sosial tersebut yang akan membentuk pandangan terhadap suatu objek.
- c. Kepribadian, yaitu konfigurasi karakteristik seseorang serta cara berpikir yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.

- d. Konsep diri, yaitu suatu pendekatan yang bersifat luas dalam menggambarkan hubungan antara konsep diri seseorang dengan *image* merek bagaimana seseorang akan memandang dirinya dalam mempengaruhi minat terhadap suatu objek. Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian yang akan menentukan perilaku seseorang dalam menghadapi permasalahan dalam hidupnya, sebab konsep diri adalah *frem of reference* yang menjadi awal dari tindakan seseorang.
- e. Motif, yaitu kebutuhan untuk merasakan keamanan serta kebutuhan terhadap *prestise* di mana jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan *prestise* besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung akan mengarah pada gaya hidup yang mewah atau *hedonis*.
- f. Persepsi, yaitu proses di mana seseorang memilih, mengatur serta menginterpretasikan informasi dalam membentuk suatu gambaran yang berarti mengenai berbagai hal.

2. Faktor eksternal

Faktor eksternal meliputi kelompok referensi, keluarga, serta kelas sosial (Sumarwan, 2015:42-44).

- a. Kelompok referensi, yaitu kelompok yang memberikan pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap serta perilaku seseorang. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung merupakan kelompok di mana individu tersebut menjadi anggota serta saling berinteraksi, sedangkan kelompok yang memberikan pengaruh tidak langsung merupakan kelompok di mana individu tidak menjadi anggota dalam kelompok tersebut. Pengaruh tersebut akan menghadapkan individu dalam berperilaku serta memiliki gaya hidup tertentu.
- b. Keluarga, yaitu hal yang memiliki peranan besar dalam membentuk sikap serta perilaku individu tersebut, hal ini disebabkan pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan pada anak yang secara tidak langsung akan berefek pada pola hidup anak tersebut.
- c. Kelas sosial, yaitu kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama di lingkungan masyarakat yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang

dan para anggota dalam setiap jenjang tersebut memiliki nilai, minat serta tingkah laku yang sama.

Adapun jenis-jenis gaya hidup menurut Mowen (2011: 10-11) yaitu *functionalist*, *nurturers*, *aspirers*, *experientials*, *succeders*, *moral majority*, *the golden years*, dan *sustainers*.

1. *Functionalist*, merupakan orang-orang yang menghabiskan uang untuk hal-hal yang penting.
2. *Nurturers*, merupakan orang-orang yang berfokus hanya untuk membesarkan anak-anaknya, membangun rumah tangga serta nilai-nilai dalam keluarganya.
3. *Aspirers*, merupakan orang-orang yang berfokus untuk menikmati gaya hidup yang mewah dengan melakukan perbelanjaan dengan sejumlah uangnya di atas rata-rata untuk barang-barang yang memiliki status mewah.
4. *Experientials*, merupakan orang-orang yang membelanjakan uangnya untuk barang-barang yang sesuai dengan hobi, hiburan serta kesenangannya.
5. *Succeders*, merupakan orang-orang yang menghabiskan uangnya yang berhubungan dengan pekerjaannya.
6. *Moral majority*, merupakan orang-orang yang menghabiskan uangnya untuk organisasi pendidikannya atau kehidupan politiknya.
7. *The golden years*, merupakan orang-orang yang menghabiskan uangnya untuk membeli produk-produk padat akan moral dan hiburan.
8. *Sustainers*, merupakan orang-orang yang menghabiskan uangnya untuk kebutuhan sehari-harinya serta alkohol.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli mengenai gaya hidup, maka dapat disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan gambaran dari perilaku seseorang mengenai bagaimana individu tersebut hidup, menggunakan uangnya serta memanfaatkan waktu yang dimilikinya.

1.7.2 Daya beli

Daya beli merupakan suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh seseorang atas produk yang ditawarkan atau dibutuhkan oleh konsumen (Anoraga, 2010: 228). Menurut Jogiyanto (2017:29), daya beli merupakan suatu keinginan untuk melakukan tindakan pembelian di mana akan timbul minat yang tidak selalu statis dan dapat berubah seiring berjalannya waktu.

Seseorang akan mengumpulkan informasi terkait produk atau jasa sebelum melakukan pembelian di mana ketika jumlah informasi yang dibutuhkan telah mencapai tingkat tertentu maka individu tersebut akan mulai melakukan penilaian serta proses evaluasi kemudian melakukan keputusan untuk membeli. Daya beli juga dapat timbul apabila seseorang merasa sangat tertarik terhadap berbagai informasi seputar produk yang diperoleh melalui iklan, pengalaman orang yang telah menggunakannya atau bahkan kebutuhan yang mendesak terhadap suatu produk, serta tidak menutup kemungkinan masih banyak lagi faktor yang dapat mempengaruhinya. Oleh karena itu, daya beli sering dipergunakan untuk menganalisis perilaku seseorang dalam mempelajari suatu hubungan (Damsar dan Indrayani, 2018:32).

Menurut Kotler dan Keller (2017:150) ada beberapa jenis daya beli yaitu minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, serta minat eksploratif.

1. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk melakukan pembelian produk.
2. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensi suatu produk kepada orang lain.
3. Minat preferensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mengutamakan suatu produk yang bersangkutan jika dibandingkan dengan produk lainnya.
4. Minat eksploratif, yaitu kecenderungan seseorang yang menggambarkan perilaku konsumen yang selalu mencari informasi mengenai produk yang

diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

Menurut Kotler dan Keller (2017:155), ada dua faktor yang dapat membentuk minat berbelanja seseorang, antara lain:

1. Faktor situasi yang tidak terkendali

Faktor ini dapat mengubah pendirian seseorang dalam melakukan pembelian. Hal ini bergantung pada diri seseorang tersebut apakah dia memiliki kepercayaan penuh untuk memutuskan membeli barang tersebut atau justru sebaliknya.

2. Faktor sikap orang lain

Faktor ini menggambarkan bahwa sikap orang lain dapat mengurangi pilihan yang disukai oleh seseorang. Hal ini karena bergantung pada dua hal yaitu intensitas sikap negatif orang lain terhadap pilihan lain yang disukai individu tersebut serta motivasi pelanggan untuk memenuhi keinginannya dalam mengikuti keinginan orang lain.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli mengenai daya beli, maka dapat disimpulkan bahwa daya beli merupakan kemampuan seorang individu dalam hal mengkonsumsi barang atau jasa yang disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhannya saat itu.

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yaitu suatu pendekatan kontekstual yang menjadikan informan sebagai instrumen dan disesuaikan dengan situasi yang wajar dalam kaitannya dengan pengumpulan data yang ada umumnya bersifat kualitatif. Pendekatan kualitatif ini akan melihat secara kompleks, menyeluruh, melakukan analisis data, melaporkan pandangan partisipan dengan detail, dan memimpin proses belajar pada setting ilmiah (Meleong, 2015:3).

Pendekatan kualitatif merupakan suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskripsi berupa kata-kata tertulis atau lisan dan perilaku

yang dapat diamati. Tujuannya adalah untuk menjelaskan kondisi dan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data. Penelitian ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampel bahkan populasi atau sampel sangat terbatas. Jika data sudah terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan kondisi dan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampel lainnya (Sugiyono, 2017:56).

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif analisis yang bertujuan untuk menemukan dan mendeskripsikan secara analisis dan akurat serta menginterpretasikan terkait gaya hidup konsumen terhadap peningkatan daya beli konsumen di Resto Sushi Umaku Cibubur. Dasar penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus yaitu penelitian yang melihat objek penelitian sebagai kesatuan yang terintegrasi, yang peneluhannya kepada satu kasus dan dilakukan secara intensif, mendalam, menyeluruh dan komprehensif.

Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan angket yang akan disebar kepada konsumen di Resto Sushi Umaku Cibubur sebanyak 50 orang dalam waktu 1 hari. Untuk mendapatkan informasi secara akurat peneliti juga akan melakukan wawancara dengan 1 orang manajer Resto Sushi Umaku Cibubur dan 2 orang karyawan Resto Sushi Umaku Cibubur untuk melihat perspektif dari pihak perusahaan tersebut terkait gaya hidup konsumen terhadap peningkatan daya beli konsumen di Resto Sushi Umaku Cibubur.

1.8.2 Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Resto Sushi Umaku Cibubur yang beralamat di Ruko City Walk Citragran Cibubur, Blok CW 1 No.26, Jl Alternatif Cibubur, Jakarta. Alasan peneliti memilih lokasi penelitian ini karena lokasi tersebut mudah dijangkau oleh peneliti dan memiliki rating 4.7 di aplikasi Google. Penelitian ini dilakukan kurang lebih 4 bulan mulai dari bulan Maret sampai Juni 2021.

1.8.3 Sumber Data

Sumber data merupakan informasi yang didapatkan dalam penelitian. Data yang diperoleh akan diolah sehingga menjadi informasi baru yang dapat dimanfaatkan oleh pembacanya. Adapun sumber data dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Sumber data primer

Sumber data primer dalam penelitian lapangan merupakan data utama yang di ambil langsung di lokasi penelitian yaitu informan.

b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data tertulis yang merupakan sumber data tambahan yang tidak bisa diabaikan karena melalui sumber data tertulis akan diperoleh data yang dipertanggungjawabkan validasinya. Data yang diperoleh berupa arsip, dokumen, visi dan misi, struktur organisasi yang terdapat di Resto Sushi Umaku Cibubur.

1.8.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan untuk mencari data (Sugiyono, 2017:60). Oleh karena itu metode pengumpulan data sangat penting karena mampu menentukan baik tidaknya dalam proses suatu penelitian tersebut. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu metode yang tidak menggunakan literatur sebagai acuan dasar dalam menerangkan konsep penelitian. Namun penelitian yang dilakukan secara langsung dengan mengumpulkan data-data yang *real* atau fakta yang terjadi dilapangan.

Jenis pengumpulan data yang digunakan dan dijadikan sangat relevan dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi yaitu pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diselidiki oleh peneliti. Observasi menjadi salah satu teknik pengumpulan data akurat dan jelas apabila sesuai dengan

tujuan penelitian, direncanakan, dan dicatat secara sistematis dan dapat dikontrol keandalan (*reabilitas*) dan kesahihannya (*validitasnya*) (Cholid dan Achmadi, 2017:70). Atas dasar itu maka penulis akan melakukan observasi di Resto Sushi Umaku Cibubur.

2. Wawancara

Wawancara bertujuan untuk mengumpulkan data yang valid, jelas, akurat dan sistematis baik secara lisan dari seorang informan secara langsung atau bertatap muka untuk menggali informasi dari informan. Wawancara dilakukan oleh dua belah pihak, yaitu pewawancara (*interview*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interview*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan. Adapun informan yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 53 orang, antara lain:

- a. 50 orang konsumen yang melakukan pembelian di Resto Sushi Umaku Cibubur lebih dari tiga kali.
- b. 1 orang manajer Resto Sushi Umaku Cibubur.
- c. 2 orang karyawan Resto Sushi Umaku Cibubur.

3. Dokumentasi

Metode ini merupakan data-data pendukung lain melalui dokumen-dokumen penting seperti dokumen lembaga yang diteliti. Di samping itu, foto maupun sumber tertulis lain yang mendukung dan memberikan suatu data yang akurat, jelas dan sistematis juga digunakan untuk penelitian.

1.8.5 Instrumen Penelitian

Menurut Arikunto (2016:68), instrumen penelitian merupakan alat bantu dalam mengumpulkan data. Pengumpulan data pada prinsipnya merupakan suatu aktivitas yang bersifat operasional agar tindakannya sesuai dengan pengertian penelitian yang sebenarnya. Data merupakan perwujudan dari beberapa informasi yang sengaja dikaji dan dikumpulkan guna mendeskripsikan suatu peristiwa atau kegiatan lainnya. Data yang diperoleh melalui penelitian akan diolah menjadi suatu informasi yang merujuk pada hasil penelitian. Oleh karena itu maka dalam pengumpulan data dibutuhkan

beberapa instrumen sebagai alat untuk mendapatkan data yang cukup valid dan akurat.

Tolak ukur keberhasilan penelitian juga tergantung pada instrumen yang digunakan. Oleh karena itu penelitian lapangan (*field research*) yang meliputi observasi dan wawancara dengan daftar pertanyaan yang telah disediakan, dibutuhkan kamera, alat perekam (*recorder*) dan alat tulis menulis berupa buku catatan dan pulpen.

1.9 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak, antara lain:

1. Manfaat Teoretis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akan pengetahuan dan pengembangan yang akan memberikan manfaat bagi studi keJepangan terkait perilaku masyarakat Indonesia dalam memilih makanan Jepang yang banyak memperoleh kajian dari berbagai disiplin ilmu baik melalui kajian teoretis maupun kajian riset di bidang keJepangan.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat membantu memperkaya khazanah keilmuan khususnya bagi peneliti terkait tema penelitian tentang gaya hidup masyarakat yang meningkatkan daya beli konsumen di restoran yang menyajikan makanan Jepang.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pengelola usaha makanan Jepang di Indonesia khususnya Resto Sushi Umaku Cibubur. Hal ini dimaksudkan agar makanan Jepang terus dapat melebarkan sayapnya agar semakin diminati oleh masyarakat.
- b. Penelitian ini diharapkan agar mampu membantu masyarakat untuk memilih makanan yang tepat dikonsumsi yang juga menjadi *trend* dalam kehidupan masyarakat.

1.10 Sistematika Penyusunan Skripsi

Untuk mempermudah dan mengetahui permasalahan yang sedang dibahas pada penelitian ini, maka penulis menguraikan sistematika penyusunan skripsi sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan

Pada bab ini penulis membahas mengenai latar belakang, penelitian yang relevan, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, manfaat penelitian, landasan teori, dan sistematika penyusunan skripsi.

Bab II : Gambaran Umum

Pada bab ini penulis membahas mengenai sejarah Resto Sushi Umaku Cibubur, visi misi Resto Sushi Umaku Cibubur, struktur organisasi Resto Sushi Umaku Cibubur dan logo Resto Sushi Umaku Cibubur.

Bab III : Analisis Gaya Hidup Konsumen Terhadap Daya Beli Di Resto Sushi Umaku Cibubur

Pada bab ini penulis membahas mengenai kecenderungan konsumen dalam memilih makanan Jepang di Resto Sushi Umaku Cibubur, dan gaya hidup konsumen dalam mempengaruhi daya beli di Resto Sushi Umaku Cibubur.

Bab IV : Simpulan

Pada bab ini penulis membahas mengenai kesimpulan dan saran dari hasil analisis yang telah diuraikan pada bab sebelumnya.