



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN-BT No: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019*

**Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran *All You Can Eat* Hanamasa Bandung**

Skripsi

Oleh

Maria Chrisa Kusumawandani

2016320149

Bandung

2021



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN-BT No: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019*

**Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran**  
***All You Can Eat Hanamasa Bandung***

Skripsi

Oleh

Maria Chrisa Kusumawandani

2016320149

Pembimbing

Fransiska Anita Subari, S.S., M.M.

Bandung

2021

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan Administrasi Bisnis  
Program Studi Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Maria Chrisa Kusumawandani  
Nomor Pokok : 2016320149  
Judul : Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran *All You Can Eat* Hanamasa Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Senin, 9 Agustus 2021  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

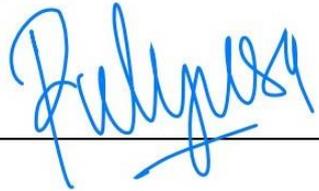
**Ketua sidang merangkap anggota**

Dr. Maria Widyarini, S.E., M.T. : 

**Sekretaris**

Fransiska Anita Subari, SS., MM : 

**Anggota**

Dr. Rulyusa Pratikto, S.AB., M.S.E : 

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maria Chrisa Kusumawandani

NPM : 2016320149

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran *All You Can Eat* Hanamasa Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 5 Agustus 2021



Maria Chrisa K

## ABSTRAK

Nama : Maria Chrisa Kusumawandani  
NPM : 2016320149  
Judul : Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran *All You Can Eat* Hanamasa Bandung

*All you can eat* adalah sistem penyajian makanan yang populer bagi konsumen yang menginginkan makan yang banyak dengan berbagai macam makanan. Salah satu pelopor resto *all you can eat* di Indonesia adalah Hanamasa. Hanamasa merupakan restoran Jepang pertama di Indonesia bertaraf Internasional dengan konsep *self-service* serta perpaduan tradisional khas Jepang dan Indonesia. Dengan harga yang terbilang cukup mahal jika dibandingkan dengan restoran *all you can eat* yang lainnya tetapi Hanamasa telah memiliki citra merek yang baik dan telah memiliki nama yang besar, sehingga konsumen memiliki dorongan atau motivasi untuk tetap berkunjung ke Hanamasa. Melihat pentingnya motivasi, telah menarik minat untuk melakukan penelitian ini apakah motivasi mempengaruhi keputusan pembelian di Hanamasa.

Penelitian ini menggunakan metode survei dimana kuesioner dibagikan kepada 100 responden. Dan diolah menggunakan beberapa uji untuk melihat korelasi antara kedua variable. Variable motivasi diukur dengan dimensi motivasi rasional dan motivasi emosional.

Hasil menunjukkan bahwa motivasi berada dalam kisaran yang tinggi sementara keputusan pembelian berada dalam kisaran yang tinggi. Nilai korelasi antara motivasi dan keputusan pembelian adalah 0,836 yang termasuk dalam tingkat hubungan sangat kuat. Motivasi mempengaruhi proses keputusan pembelian sebesar 70,0%. Nilai koefisien regresi linier menunjukkan hasil positif, yang berarti bahwa jika motivasi meningkat, keputusan pembelian juga akan meningkat.

**Kata kunci:** motivasi rasional, motivasi emosional, keputusan pembelian

## ABSTRACT

Name : Maria Chrisa Kusumawandani  
NPM : 2016320149  
Title : The Influence of Motivation on Purchase Decisions at All You Can Eat Restaurants Hanamasa Bandung

All you can eat is a popular food serving system for consumers who want to eat a lot with a variety of foods. One of the pioneers of all you can eat restaurants in Indonesia is Hanamasa. Hanamasa is the first Japanese restaurant in Indonesia with an international standard with the concept of self-service and a mix of traditional Japanese and Indonesian specialties. With prices that are quite expensive when compared to other all you can eat restaurants, Hanamasa already has a good brand image and already has a big name, so consumers have the drive or motivation to keep visiting Hanamasa. Seeing the importance of motivation, it has attracted interest to conduct this study whether motivation affects purchasing decisions in Hanamasa.

This study uses a survey method where questionnaires are distributed to 100 respondents. And processed using several tests to see the correlation between the two variables. The motivation variable is measured by the dimensions of rational motivation and emotional motivation.

The results show that motivation is in the high range while purchasing decisions are in the high range. The correlation value between motivation and purchasing decisions is 0.836 which is included in the very strong relationship level. Motivation affects the purchasing decision process by 70.0%. The linear regression coefficient value shows positive results, which means that if motivation increases, purchasing decisions will also increase.

**Keywords:** rational motivation, emotional motivation, purchase decision

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas semua berkat dan rahmat yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dibuat dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat dalam mendapat gelar Sarjana dalam Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis di Universitas Katolik Parahyangan. Judul dari skripsi ini adalah “Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Penelian di Restoran *All You Can Eat* Hanamasa Bandung”.

Penyusunan skripsi ini telah dibantu oleh banyaknya bimbingan, bantuan, serta semangat dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti dengan segenap hati mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat-Nya.
2. Kedua orang tua penulis yang turut memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini dan menaruh nama penulis dalam setiap doanya. Serta kepada adik penulis yang bersedia membantu dalam memotivasi dan menyemangati.
3. Ibu Fransiska Anita Subari, S.S., M.M., sebagai dosen pembimbing yang senantiasa membimbing peneliti yang jauh dari kata baik ini. Terima kasih atas segala kesabaran, waktu, tenaga, serta ilmu yang diberikan selama membimbing peneliti menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB, M.Si sebagai Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
5. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
6. Seluruh dosen Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu melalui pengajarannya kepada peneliti sehingga peneliti mendapatkan ilmu dan pengetahuan selama perkuliahan ini.
7. Kepada Miko, Nia, Yanti yang telah membantu, menjadi penyemangat, dan teman berbagi cerita.

8. Kepada Mas Soni dan Mas Kharis yang membantu dalam menangani laptop pada saat terkena virus dan dalam merecovery data.
9. Kepada seluruh pihak yang secara langsung maupun tidak langsung terlibat dalam membantu penyelesaian skripsi ini.
10. Kepada diri sendiri karena dapat membuktikan bahwa peneliti dapat melalui proses penulisan skripsi yang begitu panjang dan banyak tantangan namun dapat selesai dengan baik dan tidak meragukan kemampuan diri sendiri.

Semoga skripsi ini dapat berguna bagi peneliti dan pembaca dalam menambah wawasan mengenai motivasi dan keputusan pembelian.

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
PERMASALAHAN.....	13
1.1 LATAR BELAKANG .....	13
1.2 IDENTIFIKASI PERMASALAHAN.....	19
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	19
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	20
BAB 2 .....	21
KERANGKA PEMIKIRAN DAN METODOLOGI.....	21
2.1 TEORI DAN KONSEP YANG RELEVAN.....	21
2.1.1 Motivasi Konsumen .....	21
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	32
2.1.3 Penelitian Terdahulu .....	42
2.1.4 Hipotesis .....	43
2.2 METODOLOGI.....	43
2.2.1 Metode Penelitian .....	43
2.2.2 Jenis Penelitian.....	44
2.2.3 Model Penelitian .....	44
2.2.4 Operasional Variabel.....	45
2.2.5 Jenis Data .....	47
2.2.6 Teknik Pengumpulan Data.....	48
2.2.7 Populasi Sampel.....	48
2.2.8 Teknik Analisis Data.....	50
BAB 3 .....	55
HASIL DAN TEMUAN .....	55
3.1 HASIL.....	55
3.1.1 Profil responden .....	55
3.1.2 Hasil penilaian responden .....	59
3.1.3 Variabel motivasi .....	59
3.1.4 Variabel keputusan pembelian .....	65

3.2 PEMBAHASAN HASIL .....	72
3.2.1 Hasil Uji Validitas.....	72
3.2.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	73
3.2.3 Hasil uji Normalitas .....	73
3.2.4 Hasil uji Heterokadastisitas.....	74
3.2.5 Hasil uji Korelasi .....	75
3.2.6 Hasil Uji Regresi linear sederhana.....	76
3.2.7 Hasil Analisis Koefisien Determinasi .....	77
3.2.8 Uji Hipotesis .....	78
BAB 4 .....	80
KESIMPULAN AKHIR, REKOMENDASI DAN IMPLIKASI .....	80
4.1 KESIMPULAN.....	80
4.2 REKOMENDASI .....	81
Daftar Pustaka.....	83
LAMPIRAN.....	85

## Daftar Tabel

Tabel 1. 1.....	13
Tabel 1. 2.....	18
Tabel 2. 1.....	28
Tabel 2. 2.....	29
Tabel 2. 3.....	30
Tabel 2. 4.....	31
Tabel 2. 5.....	32
Tabel 2. 6.....	38
Tabel 2. 7.....	39
Tabel 2. 8.....	40
Tabel 2. 9.....	41
Tabel 2. 10.....	42
Tabel 2. 11.....	46
Tabel 2. 12.....	47
Tabel 2. 13.....	52
Tabel 3. 1.....	55
Tabel 3. 2.....	56
Tabel 3. 3.....	56
Tabel 3. 4.....	57
Tabel 3. 5.....	58
Tabel 3. 6.....	58
Tabel 3. 7.....	59
Tabel 3. 8.....	61
Tabel 3. 9.....	63
Tabel 3. 10.....	66
Tabel 3. 11.....	67
Tabel 3. 12.....	68
Tabel 3. 13.....	69
Tabel 3. 14.....	70
Tabel 3. 15.....	71
Tabel 3. 16.....	72
Tabel 3. 17.....	73
Tabel 3. 18.....	74
Tabel 3. 19.....	75
Tabel 3. 20.....	76
Tabel 3. 21.....	76
Tabel 3. 22.....	77
Tabel 3. 23.....	78
Tabel 3. 24.....	79

## Daftar Gambar

Gambar 1. 1.....	17
Gambar 2. 1.....	25
Gambar 2. 2.....	26
Gambar 2. 3.....	34
Gambar 2. 4.....	44
Gambar 3. 1.....	61
Gambar 3. 2.....	64

# BAB 1

## PERMASALAHAN

### 1.1 LATAR BELAKANG

Saat ini bisnis makanan adalah salah satu bisnis yang paling berkembang dengan dan paling sering ditemui di berbagai daerah terutama bidang kuliner. Munculnya berbagai jenis makanan dan tren kuliner sebagai aktivitas masyarakat menjadi bukti bisnis berkembang pesat di berbagai daerah di Indonesia. Khususnya yaitu kota Bandung yang merupakan ibukota provinsi Jawa Barat yang industri kuliner berkembang dengan sangat pesat. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya jumlah restoran dan café yang berdiri di kota Bandung. Berdasarkan data dari badan pusat statistik Kota Bandung dari tahun 2015 hingga tahun 2018 diperoleh data jumlah restoran, café, rumah makan dan bar di Kota Bandung sebagai berikut.

Tabel 1.1

Jumlah Rumah Makan/ Restoran di Kota Bandung

Tahun	Jumlah
2015	782
2016	795
2017	899
2018	961

*Tabel 1. 1*

Sumber: [Bandungkota.bps.go.id](http://Bandungkota.bps.go.id)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah restoran dan rumah makan yang ada di Kota Bandung mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan Kota Bandung merupakan kota yang memiliki daya tarik bagi wisatawan terutama dalam bidang kuliner. (Bps, 2018)

Salah satu usaha kuliner yang sedang populer dan menjadi tren kuliner saat ini adalah restoran *all you can eat*. *All you can eat* merupakan system penjualan menu di restoran dimana konsumen dapat menikmati semua menu yang tersedia dengan konsep prasmanan atau buffet dengan batasan tertentu dengan hanya membayar satu kali. Menurut Fitria *all you can eat* pertama kali ada di Swedia sekitar abad ke-16. Pada waktu itu orang Swedia akan menyambut tamu yang akan datang ke sebuah pesta besar. Makanan yang disediakan disusun rapih diatas meja prasmanan yang biasa disebut orang Swedia dengan sebutan “*branvinsbord*”. Aneka makana yang tersaji adalah roti, mentega, keju, ikan, daging, hingga buah. Kemudian pada abad ke-18 Swedia mengganti kata “*branvinsbord*” dengan sebutan “*smorgasbord*” untuk sajian makan malam para tamu yang datang dari berbagai daerah. Disana tamu diperbolehkan untuk makan sepuasnya. Menu yang tersedia pun lebih bervariasi dari menu pembuka hingga penutup. (Fitria, 2019)

Kepopuleran *all you can eat* hingga ke seluruh dunia dimulai dari adanya *Olimpiade Stockholm* bernama *Olympiche Spiele* yang diadakan pada 22 Juni-22 Juli 1912. Olimpiade tersebut dihadiri oleh peserta dari berbagai negara di dunia dan saat itu banyak restoran-restoran yang menjajakan makanan dengan konsep praasmanan atau sekarang dikenal dengan sebutan *all you can eat*. Sejak saat itu praktik *all you can eat* pada restoran mulai ditiru oleh orang-orang di seluruh dunia dan sudah terdapat ribuan restoran prasmanan berkonsep *all you can eat*. (Fitria, 2019)

Dengan kehadiran restoran berkonsep *all you can eat* dapat menjadi sebuah pilihan baru untuk memanjakan lidah dan nafsu makan para pecinta kuliner yang hobi menyantap hidangan berporsi besar. Dalam ulasan yang ditulis oleh Fikri, menurut pakar kuliner legendaris Indonesia Sisca Soewitomo perkembangan tren restoran *all you can eat* diprediksi akan terus menjamur karena menghadirkan pilihan yang beragam kepada para pelanggan. Sisca mengatakan dengan banyak langsung akan membuat nafsu makan bertambah. Itulah sebabnya kini banyak orang yang menggandrungi restoran *all you can eat* terutama mereka yang benar benar ingin menikmati makanan dengan puas. (Fikri, 2019)

Bandung memiliki banyak restoran *all you can eat* dengan cita rasa yang lezat dan makan sepuasnya. Menurut Dila di Bandung terdapat 11 Restoran *all you can eat* yang paling enak, sepuasnya dan rekomended. Kesebelas restoran *all you can eat* tersebut yaitu ada Hanamasa, Shabu Hachi, Jigana Suki, Eastern Restaurant, Sha Waregna, Fukusushi, Bamboo Dimsum, Suki Garden the Valey, Atizuto, The Restaurant, dan Flaming Pots. (Dila, 2018) Restoran *all you can eat* tersebut masing-masing memiliki konsep seperti restoran khas Jepang, Korea dan Western.

Sedangkan menurut Erlina ada 10 Retoran *all you can eat* terbaik di Bandung. Kesepuluh restoran tersebut yaitu ada Sumeragi Izakaya, Sha Waregna, Seroja Asia, Fukusushi, Samsob Suki, Shabu Hachi, Hanamasa, Jiganasuki, Gyu Kaku, dan Rastern Restaurant. Restoran *all you can eat* ini ada banyak jenisnya mulai dari Korean bbq, Japanese, seafood, Chinese food hingga ala buffet. (Erlina, 2020)

Dari beberapa website tersebut dapat menunjukkan bahwa di Bandung terdapat banyak restoran *all you can eat* yang memiliki konsep dan jenis yang berbeda. Seperti restoran Sumeragi yang berkonsep jepang yang menawarkan menu shabu, sushi, dan barbeque, disertai dengan adanya baju kimono lengkap untuk berfoto ria. Sumeragi ini bertempat di jalan RE Martadinata (Riau) no 55. Selain itu ada restoran *all you can eat* yang berbeda dari konsep yang pada umumnya menawarkan shabu, grill atau bbq, tetapi Sha Waregna ini berkonsep makanan serta jajanan khas nusantara. Sha Waregna ini terletak di jalan Sindang Sirna no 21. Selain itu ada juga Hanamasa yang memiliki konsep ala *buffet* yang cukup lengkap seperti soup, appertizer, dessert, main course, kopi hingga teh. Hanamasa ini terletak di jalan Ir. H Juanda no 48.

Hanamasa merupakan salah satu pelopor resto *all you can eat* di Indonesia. Hanamasa merupakan restoran Jepang pertama di Indonesia bertaraf Internasional dengan konsep *self-service* serta perpaduan tradisional khas Jepang dan Indonesia. Hanamasa pertama kali muncul dan didirikan di Indonesia pada tahun 1987. (Hanamasa, 2020)

Menurut Dila Hanamasa merupakan salah satu restoran favorit yang menyajikan aneka hidangan dengan konsep *all you can eat*. Berbagai macam menu makanan berupa buffet mulai dari soup, appetizer, entrée, dessert, main course, teh, kopi, dan juga nasi. Semuanya terbuat dari bahan pilihan dengan cita rasa tinggi. (Dila, 2018) Harga untuk menu makanan di Hanamasa untuk anak adalah Rp. 136.500 dan untuk dewasa Rp. 188.500. Walaupun harganya terbilang cukup mahal jika dibandingkan dengan restoran *all you can eat* yang lainya tetapi Hanamasa telah memiliki citra merek yang baik dan telah memiliki nama yang besar, sehingga konsumen memiliki dorongan untuk tetap berkunjung ke Hanamasa.

Hanamasa memiliki strategi tersendiri untuk menarik perhatian para pelanggannya. Untuk itu perlu adanya dorongan atau motivasi agar konsumen dapat mengunjungi dan membeli di *all you can eat* Hanamasa. Motivasi adalah kebutuhan dengan tekanan yang kuat yang mendorong seseorang untuk mencari kepuasan atas kebutuhan tersebut. Motivasi adalah kebutuhan yang cukup mampu mendorong seseorang bertindak. (Kotler & Keller, 2016). Konsumen akan terdorong untuk melakukan sesuatu apabila efisiensi kegunaan dari barang atau makanan tersebut dapat diterima. Salah satunya yaitu konsumen atau pelanggan yang akan makan di Hanamasa akan difasilitasi dengan cara melayani sendiri atau *self-service* atau *buffet line* sehingga pelanggan akan memenuhi kebutuhan akan makanan tersebut dan akan memutuskan untuk membeli di restoran tersebut.

Selain itu motivasi dapat muncul karena adanya kualitas barang atau makanan. Berbagai macam menu andalan di Hanamasa antara lain Yakiniiku yang dinikmati dengan saus Niku tare dan soto Tare, Shabu-shabu yang bisa dihidangkan dengan kuah kaldu ayam, kaldu sapi, Japanese kombu, spicy miso ataupun tomyam dicampur dengan saus thai suki khas Thailand, ada juga robayataki menu bakar khas Jepang yang bisa dinikmati dengan saus ponzu. Menu tersebut dapat dinikmati dengan memasaknya sendiri dengan atmosphere yang mendukung dan tempat yang sangat nyaman sehingga membuat suatu pengalaman tersendiri bagi para pelanggannya yang memutuskan pembelian ke restoran Hanamasa.

Dengan adanya berbagai jenis menu andalan yang menarik konsumen dan fasilitas *self-service* yang dapat menjadi kepuasan konsumen dan kualitas makanan dapat menjadi pilihan dalam mencari restoran *all you can eat*. Ini merupakan salah satu motivasi konsumen untuk memutuskan pembelian. Sehingga keputusan konsumen akan jatuh ke restoran Hanamasa.

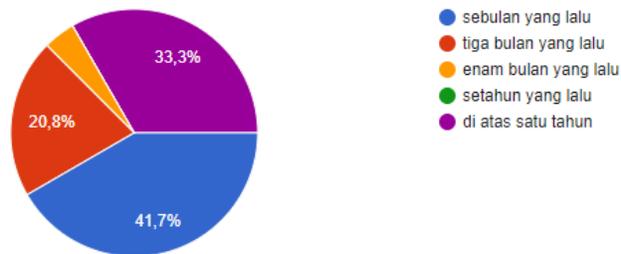
Untuk mengetahui tanggapan mengenai motivasi konsumen maka peneliti melakukan *preliminary research* kepada 24 orang yang pernah membeli di restoran *all you can eat*.

Gambar 1.1

Tanggapan responden terakhir kali mengunjungi restoran *all you can eat*

Kapan terakhir kali anda mengunjungi Restoran All You Can Eat ?

24 jawaban



Gambar 1. 1

Sumber: preliminary research peneliti

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa responden yang paling banyak yaitu responden yang pernah mengunjungi restoran *all you can eat* sebulan yang lalu. Setelah itu disusul dengan responden yang mengunjungi restoran *all you can eat* di atas setahun yang lalu. Dalam penelitian ini peneliti hanya menggunakan responden sampai setahun yang lalu, di atas setahun yang lalu tidak digunakan.

Dalam preliminary reseach peneliti juga meneliti tentang alasan responden membeli di restoran *all you can eat*.

Table 1.2

Tanggapan responden tentang alasan membeli di restoran *all you can eat*

Alasan	Jawaban (%)
Saya membeli karena makanan yang ditawarkan enak	79,2%
Saya membeli karena harga yang terjangkau	45,8%
Saya membeli karena mendapatkan kepastian harga di awal	33,3%
Saya membeli karena bisa makan sepuasnya	75%
Saya membeli karena menu makanan yang bervariasi	50%
Saya membeli karena dapat menghilangkan kejenuhan	8,3%
Saya membeli karena merasakan suasana yang berbeda dengan teman/saudara	33,3%
Saya membeli karena dapat meningkatkan status sosial konsumen	4,2%
Saya membeli karena saya dapat pamer/update story di sosial media	16,7%
Saya membeli karena mengikuti tren yang ada	12,5%
Alasaan lainnya	0%

Tabel 1. 2

Sumber: preliminary research peneliti

Table 1.2 menunjukkan bahwa alasan terbanyak responden membeli di restoran *all you can eat* adalah karena makanan yang ditawarkan enak, karena bisa makan sepuasnya, dan karena menu makanan yang bervariasi.

Dari hasil preliminary research tersebut dapat disimpulkan bahwa motivasi merupakan salah satu factor yang diperhatikan oleh konsumen sebelum memutuskan pembelian di restoran *all you can eat*. Melihat pentingnya motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian, peneliti menganggap topik ini perlu diteliti pada salah satu restoran, misalnya restoran *all you can eat* Hanamasa. Restoran *all you can eat* Hanamasa dipilih karena Hanamasa merupakan salah satu pelopor resto *all you can eat* di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran *All you can eat* Hanamasa”.

## **1.2 IDENTIFIKASI PERMASALAHAN**

Berdasarkan latar belakang di atas dapat disimpulkan bahwa ada beberapa alasan konsumen mengunjungi restoran *all you can eat*. Alasan ini lah yang dapat menjadi salah satu motivasi konsumen untuk memutuskan pembelian. Sehingga keputusan pembelian konsumen jatuh ke restoran *all you can eat*. Restoran *all you can eat* yang dipilih adalah Hanamasa. Restoran *all you can eat* Hanamasa dipilih karena Hanamasa merupakan salah satu pelopor resto *all you can eat* di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut.

Bagaimana pengaruh motivasi terhadap keputusan pembelian di restoran *all you can eat* hanamasa Bandung?

## **1.3 TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan masalah diatas, penelitian yang penulis buat bertujuan untuk

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh motivasi terhadap keputusan pembelian di restoran *al you can eat*.

## 1.4 MANFAAT PENELITIAN

### 1. Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat sebagai pembelajaran dan pelaksanaan dari ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan dan melatih untuk menganalisis dari penelitian yang dijakankan dan dapat menyelesaikan dengan baik.

### 2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam mengembangkan restoran untuk memotivasi konsumen agar dapat membeli di restoran *all you can eat* Hanamasa.

### 3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat bermanfaat sebagai sarana informasi mengenai pengaruh motivasi terhadap keputusan pembelian.