

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di Indonesia, perkembangan pada sektor bisnis kuliner semakin mengalami peningkatan, bisnis yang mengalami peningkatan yaitu pada industri makanan dan minuman. Berdasarkan data dari Kementerian Perindustrian, pertumbuhan di kuartal III pada tahun 2021 untuk sub-sektor industri pengolahan nonmigas yaitu pada PDB (Produk Domestik Bruto), pangsa industri makanan dan minuman memiliki kontribusi sebesar 38,91%. Hal ini membuktikan bahwa kinerja pada sektor industri makanan dan minuman menunjukkan sisi positif yang menjadi sektor unggulan dengan kinerja yang gemilang.¹

Sebuah bisnis makanan yang kini sedang menunjukkan pertumbuhan yang pesat salah satunya adalah bisnis makanan *fast food*. *Fast food* menjadi makanan yang populer dan dicari oleh masyarakat, terbukti pada survei dari MasterCard yang berjudul “*Consumer Purchasing Priorities*”, di mana hasilnya menunjukkan bahwa 80% masyarakat Indonesia lebih memilih untuk makan di gerai makanan cepat saji, kemudian urutan kedua dengan 61% ditempati oleh pusat jajanan atau *food court*. Sementara itu, sebanyak 22% pada restoran atau kafe kelas menengah dan hanya 1% konsumen Indonesia pergi ke restoran untuk makan formal atau resmi.²

Bisnis makanan *fast food* seringkali dihubungkan pada perubahan masyarakat modern dengan meningkatnya aktivitas dan pekerjaan, menyebabkan banyak pekerja menghabiskan waktu di luar rumah. Orang yang sibuk akan lebih memilih yang praktis dan cepat dalam memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Sebuah studi baru oleh Roy Morgan menunjukkan bahwa 55 juta lebih orang Indonesia yang memiliki usia 14 tahun keatas (34,3%) makan di gerai makanan cepat saji baik dari restoran populer seperti “Restoran Sederhana, KFC, Solaria dan

¹ Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, “Menggali Potensi Kerja Sama Industri Makanan Minuman”, November 27, 2021, <https://kemenperin.go.id/artikel/22963/menggali-potensi-kerja-sama-industri-makanan-minuman>

² Wivirra Wietama dan Febriansyah, “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sabana Fried Chicken,” *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 1, no. 1 (2021): 78.

McDonald's atau makan di restoran lokal padang”, beli *take away* dan pesan *home delivery* dari toko pizza terdekat dalam rata-rata enam bulan (dari April 2017 hingga Maret 2018).³

Usaha untuk perkembangan suatu bisnis makanan, perusahaan tidak bisa hanya mengutamakan kualitas pada produk saja, akan tetapi perusahaan harus memberikan nilai tambah yang mereka berikan kepada konsumen, seperti manfaat apa yang diperoleh dari penggunaan atau konsumsi produk yang ditawarkan. Bauran pemasaran menjadi strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan yang memiliki arti seperangkat alat yang digunakan oleh pemasar untuk memberikan layanan kepada pelanggan dalam mencapai suatu tujuan bisnis. Dalam bauran pemasaran terdiri dari: “produk (*product*), harga (*pricing*), promosi (*promotion*), distribusi (*place*), orang (*people*), bukti fisik (*physical evidence*), proses (*process*), dan layanan pelanggan (*customer service*).” Aktivitas-aktivitas itu harus dipadukan serta dikoordinasikan supaya suatu perusahaan bisa melaksanakan pemasaran yang efektif.⁴

Seiring dengan bertambahnya jumlah restoran cepat saji, persaingan pun semakin ketat dan meningkat. Ketika sampai pada suatu proses memutuskan pembelian, terdapat beberapa hal yang dapat meningkatkan minat konsumen terhadap produk suatu perusahaan. Perusahaan harus mencermati perilaku konsumen yang selalu berubah untuk mempertahankan dan memperluas pangsa pasarnya, termasuk memperhatikan apa yang diinginkan konsumen dan faktor-faktor yang memotivasi atau mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembeliannya. Perusahaan harus punya fasilitas serta pelayanan yang berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen supaya bisa menjaga eksistensinya. Pebisnis yang memiliki usaha makanan fast food harus mengetahui tentang hal-hal dan faktor dalam keputusan konsumen dalam melakukan suatu pembelian. Terdapat beberapa hal dan faktor yang dapat berpengaruh pada

³ Roy Morgan, “Restoran Sederhana & KFC battle to be top Indonesian restaurant”, Juni 01, 2018, <http://www.roymorgan.com/findings/7614-indonesia-eating-habits-eating-in-out-qsr-restaurants-march-2018-201806010644>

⁴ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian* (Yogyakarta: Andi, 2014), 41.

keputusan pembelian antara lain lokasi usaha, kualitas pada produk, harga produk serta kualitas pelayanan.⁵

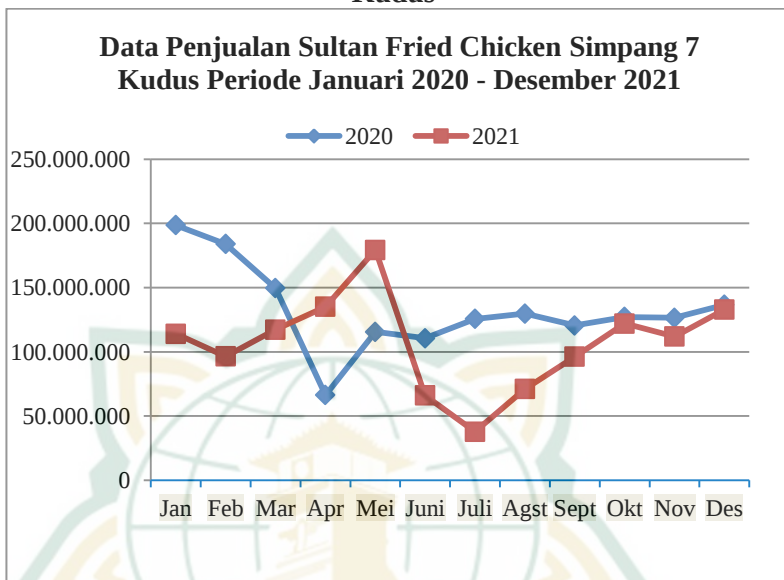
Saat memilih makanan cepat saji, banyak konsumen yang menyukai ayam goreng, sehingga bisnis di bidang ini berjalan dengan baik, karena ayam goreng menjadi makanan yang disukai oleh semua kalangan. Salah satu *brand* di kota Kudus yang menyajikan menu *fried chicken* adalah Sultan Fried Chicken. Perusahaan ini terletak di bawah naungan Sultan Group. Sejauh ini, Sultan Fried Chicken telah memiliki beberapa cabang di beberapa kota: Kudus, Demak, Jepara, Pati dan Rembang.⁶ Jika dilihat dari nilai penjualan makanan cepat saji di Indonesia yang terus meningkat seperti dilansir Euromonitor Internasional, pada tahun 2013 nilainya sebesar 1,442 juta USD sedangkan pada tahun 2019 nilai penjualannya mencapai 2,941 juta USD, sehingga kemajuan yang baik ini patut menjadi pertimbangan bagi para pelaku bisnis di industri makanan yang dapat membuat pengalaman bisnisnya mengalami perkembangan.⁷ Adapun data dari penjualan Sultan Fried Chicken Simpang 7 Kudus sebagai berikut:

⁵ Imam Santoso, "Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen," *Jurnal Manajemen Teknologi* 15, no. 1 (2016): 95.

⁶ "Profile Sultan Fried Chicken," Sultan Group, di akses pada 25 April, 2022. <https://sultangroupmart.com/>

⁷ Yuli Harwani dan Fauziyah, "Keputusan Pembelian Konsumen Gerai Makanan Cepat Saji Ditinjau dari Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Iklan", *Jurnal BECOSS (Business Economic, Communication, And Social Sciences)* 2, no. 3 (2020): 286.

Gambar 1.1 Data Penjualan Sultan Fried Chicken Simpang 7 Kudus



Sumber: Sultan Fried Chicken Cabang Simpang 7 Kudus, 2022

Berdasarkan pada tabel data penjualan tersebut, terlihat bahwa penjualan Sultan Fried Chicken Simpang 7 Kudus mengalami kenaikan dan penurunan dalam 2 tahun terakhir. Namun jika dilihat dari data penjualan Sultan Fried Chicken Simpang 7 Kudus menunjukkan angka penjualan yang cukup baik, namun belum mencapai target penjualannya. Pada bulan April 2020 dan Juni 2021 terjadi penurunan karena pandemi Covid-19. Peneliti memilih Sultan Fried Chicken Simpang 7 Kudus sebagai obyek penelitian dikarenakan Sultan Fried Chicken Simpang 7 sebagai usaha yang selalu memperbaiki diri dan berupaya memberikan yang terbaik untuk konsumen, dengan melakukan perbaikan dalam pemasarannya, upaya menghadapi persaingan pasar serta menjaga eksistensinya.⁸

Para pelaku bisnis restoran cepat saji, termasuk Sultan Fried Chicken, harus mempertimbangkan potensi pertumbuhan konsumsi makanan cepat saji. Apalagi saat ini konsumen dihadapkan pada banyaknya restoran yang memberikan produk dan harga yang menarik, pelayanan responsif dan lokasi yang nyaman dapat mempengaruhi minat konsumen untuk membeli di

⁸ M. Nor Akhlis (Kepala Cabang Sultan Fried Chicken Simpang 7 Kudus), wawancara oleh penulis, 26 April 2022.

Sultan Fried Chicken. Hal ini tentunya memerlukan perhatian khusus dari pihak Sultan Fried Chicken, pemilihan strategi yang baik sangat diperlukan agar dapat memperoleh keunggulan bersaing dan meningkatkan keputusan pembelian konsumen.⁹

Research gap melatarbelakangi pada penelitian ini yaitu penelitian dari Bayu Sutrisna Aria Sejati dan Yahya tentang “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Starbucks” dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa semua variabel bebas berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian pada Starbucks Coffee Galaxy Mall Cabang Surabaya.¹⁰ Berbeda pada penelitian Janes Rivai dan Zulfitri tentang “*The Role of Purchasing Decisions Mediating Product Quality, Price Perception, and Brand Image on Customer Satisfaction of Kopi Janji Jiwa*” berdasarkan pengujian hipotesis, ditemukan bahwa kualitas produk dan persepsi harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada keputusan pembelian pelanggan.¹¹

Penelitian dari M. Maulana Dzikril Hakim dan Yahya tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian” dengan hasil pengujian yang menunjukkan bahwa semua variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian di SAS Café N Resto Surabaya.¹² Sebaliknya, penelitian Junita, Dears Shinta Lestari dan Hendarti Tri Setyo Mulyani tentang “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Rumah Makan Padang Pagi Sore Cabang Jalan Pulau Pelepas Kompleks Perkantoran Gubernur)” justru menemukan bukti lain bahwa kualitas pelayanan tidak mempengaruhi keputusan pembelian.¹³

⁹ M. Nor Akhlis (Kepala Cabang Sultan Fried Chicken Simpang 7 Kudus), wawancara oleh penulis, 26 April 2022.

¹⁰ Bayu Sutrisna Aria Sejati dan Yahya, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks,” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 5, no. 3 (2016):18.

¹¹ Janes Rivai dan Zulfitri, “The Role of Purchasing Decisions Mediating Product Quality, Price Perception, and Brand Image on Customer Satisfaction of Kopi Janji Jiwa,” *Journal of Business and Management Studies* 3, no. 2 (2021): 31.

¹² M. Maulana Dzikril Hakim dan Yahya, “Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian,” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 5, no. 11 (2016): 20.

¹³ Dears Shinta Lestari dan Hendarti Tri Setyo Mulyani, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Rumah Makan Padang Pagi Sore Cabang Jalan Pulau Pelepas

Penelitian dari Rihasto Mega Saputro dan Mustofa Kamal tentang “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Grand Panorama Resto Semarang)” dengan hasil pengujian yang menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.¹⁴

Dari beberapa penelitian sebelumnya, terdapat hasil yang tidak konsisten maka diperoleh hasil yang berbeda sehingga diperlukan analisis lebih lanjut. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan kajian yang lebih mendalam dalam suatu karya tulis ilmiah berupa skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sultan Fried Chicken Simpang 7 Kudus”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah, maka selanjutnya penulis menyusun rumusan masalah berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Sultan Fried Chicken Simpang 7 Kudus?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Sultan Fried Chicken Simpang 7 Kudus?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sultan Fried Chicken Simpang 7 Kudus?
4. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sultan Fried Chicken Simpang 7 Kudus?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan mendapatkan bukti empiris pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Sultan Fried Chicken Simpang 7 Kudus.

Kompleks Perkantoran Gubernur,” *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis* 7, no. 2 (2020): 106.

¹⁴ Rihasto Mega Saputro dan Mustofa Kamal “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Grand Panorama Resto Semarang),” *Diponegoro Journal of Management* 4, no. 2 (2015): 12.

2. Untuk mengetahui dan mendapatkan bukti empiris pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Sultan Fried Chicken Simpang 7 Kudus.
3. Untuk mengetahui dan mendapatkan bukti empiris pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Sultan Fried Chicken Simpang 7 Kudus.
4. Untuk mengetahui dan mendapatkan bukti empiris pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada Sultan Fried Chicken Simpang 7 Kudus.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian, maka penelitian ini dirancang untuk memberikan manfaat, yaitu:

1. Secara Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pengembangan teori dan memperkaya referensi dan literatur tentang strategi pemasaran (kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan lokasi) terhadap keputusan pembelian konsumen.
 - b. Penelitian ini ditujukan untuk memberikan kontribusi bagi keilmuan dan sumbangan pemikiran teoritis dan ilmiah terkait dengan keputusan pembelian, yang dipengaruhi oleh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan lokasi.
2. Secara Praktis
 - a. Penelitian ini dapat membantu dalam pemecahan masalah dan sebagai bahan pertimbangan bagi pelaku usaha untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat terkait keputusan pembelian konsumen guna meningkatkan kepuasan serta loyalitas konsumen.
 - b. Penelitian ini memberi masukan bagi para penulis berikutnya dan kepada berbagai pihak yang terkait yang berminat dengan permasalahan yang diteliti untuk mengkaji aspek lainnya.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pengenalan isi umum dari skripsi ini, sistematisasi penulisan disusun sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Bagian awal terdiri dari halaman judul, persetujuan pembimbing skripsi, pengesahan munaqosyah, pernyataan keaslian skripsi, abstrak, motto, persembahan, pedoman

transliterasi arab-latin, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, dan daftar gambar/grafik.

2. Bagian Isi

Bagian ini merupakan bagian yang menjelaskan tentang deskripsi penelitian yang mencakup lima bab, yaitu:

- a. Bab I (Pendahuluan): menjelaskan terkait latar belakang masalah yang ada dalam penelitian, masalah yang dirumuskan, tujuan dan manfaat dalam penelitian serta sistematika dalam penulisan.
- b. Bab II (Landasan Teori): terdapat uraian teori dari buku, jurnal ataupun sumber lain yang *mensupport* penelitian, penelitian-penelitian terdahulu yang relevan, kerangka berpikir, serta dugaan sementara/hipotesis.
- c. Bab III (Metode Penelitian): menjelaskan jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian, objek penelitian yang dipilih, populasi sampel, operasionalisasi variabel, teknik dalam pengumpulan data, validitas reliabilitas instrumen penelitian, uji asumsi klasik dan teknik dalam analisis data.
- d. Bab IV (Hasil Penelitian dan Pembahasan): menjelaskan tentang hasil dari penelitian yang telah dilakukan berisi uraian obyek penelitian dan analisis data (uji validitas, uji reabilitas, uji prasyarat, uji hipotesis). Bab ini juga terdapat pembahasan yang berisi komparasi dengan teori atau penelitian lain.
- e. Bab V (Penutup): berisi tentang simpulan hasil penelitian dan saran.

3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir terdapat daftar pustaka yang merupakan daftar dari seluruh kepustakaan/semua literatur yang digunakan dalam skripsi dan juga lampiran-lampiran.