

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Sepanjang tahun 2011 sampai dengan tahun 2018 pertumbuhan di sektor penyedia makanan minuman, restoran dan sejenisnya cukup stabil, namun pada tahun 2019 sampai dengan tahun 2020 mengalami penurunan yang di akibatkan pandemi covid-19. Pada tahun 2020 sampai dengan 2021 sektor penyedia makanan minuman, restoran dan sejenisnya kembali mengalami kenaikan (dataindustri, 2021).



Tren Data Pertumbuhan Industri Penyedia Makanan Minuman, Restoran, dan Sejenisnya, 2011 – 2021

Gambar 1. 1
Tren Data Pertumbuhan Industri

nya terdapat peluang bagi pelaku usaha di sektor makanan minuman, restoran dan sejenisnya. Yang mana hal tersebut membuat para pengusaha di sektor makanan dan minuman juga harus dituntut untuk menciptakan sebuah ide yang mampu menarik konsumen, agar usahanya tetap berjalan/ berkembang termasuk restoran cepat saji Rocket Chicken.

PT. Rocket Chicken Indonesia adalah Perusahaan kemitraan yang bergerak di bidang *Fast Food Restaurant* dengan produk unggulan, *fried chicken*, *burger*, *steak* dan *Chinese food*. Rocket Chicken didirikan oleh Nurul Atik yang berdiri sejak 21 Februari 2010 dengan konsep menyajikan makanan yang sehat, berkualitas, halal, dengan cita rasa yang khas, harga terjangkau bagi semua kalangan masyarakat yang diolah dengan bumbu

pilihan. Hingga akhir 2020 Rocket Chicken memiliki lebih dari 760 outlet yang tersebar di Indonesia.

Strategi Pemasaran memiliki peranan yang sangat penting untuk mencapai keberhasilan dalam usaha. Hal ini dapat dilakukan, bila pengusaha ingin mempertahankan dan meningkatkan penjualan produknya. Adapun juga dalam meningkatkan penjualan terdapat strategi pemasaran 4p dan servis quality yaitu, *product, price, promotion, place* dan kualitas pelayanan. Dari sini peneliti ingin mengetahui apakah 4p dan servis quality tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian di Rocket Chicken.

Menurut Kotler dan Keller (2016) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk, barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, property, organisasi, informasi dan ide. Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa berdasarkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Untuk kualitas makanan Rocket Chicken Madukismo ini terbilang menarik, baik dari segi aroma, bentuk, maupun cita rasa.

Menurut J. Jacoby & J. Olson pada buku perilaku konsumen & strategi pemasaran Peter & Olson (2014) menyatakan bahwa persepsi harga adalah informasi harga di terima melalui indra pengelihat dan pendengaran, informasi tersebut kemudian dipahami yang kemudian ditafsirkan dan dibuat bermakna. Untuk harga dari Rocket Chicken Madukismo ini terbilang murah dan sesuai dengan cita rasa yang disajikan, tentunya cocok untuk semua kalangan.

Menurut Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa promosi penjualan adalah bahan inti dalam kampanye pemasaran, terdiri dari koleksi alat insentif, Sebagian besar jangka pendek, yang dirancang untuk menstimulasi pembelian yang lebih cepat atau lebih

besar atas produk atau jasa tertentu oleh konsumen atau perdagangan. Rocket Chicken Madukismo ini setiap tahunnya selalu mengadakan event undian untuk menarik konsumen agar mereka membeli produk mereka dan ada juga beberapa voucher yang dibagikan untuk membeli kembali produk mereka seperti mengumpulkan 10 voucher dari rocket nanti akan mendapatkan 1 produk makanan gratis. Hal ini bertujuan untuk menarik kembali konsumen agar tetap membeli makanan di Rocket Chicken.

Menurut Lupiyoadi & Hamdani (2009) lokasi keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan.

Menurut Lupiyoadi & Hamdani (2009) kualitas pelayanan dibangun dari 2 faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan. Kualitas pelayanan sangatlah dibutuhkan untuk membuat konsumen terasa nyaman saat sedang membeli sebuah makanan. Tentunya jika pelayanan yang diberikan ramah atau baik pasti respon dari pembelipun juga akan positif, hal itu pun bisa meningkatkan tingkat keputusan pembelian konsumen. Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam al-Qur'an surat al-Baqarah ayat 267:

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”.

Menurut Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa, keputusan pembelian adalah tahap keputusan dari evaluasi, konsumen membentuk preferensi antarmerek dalam

kumpulan pilihan, konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merek yang paling di sukai.

Penelitian ini adalah pengembangan dari artikel penelitian dalam jurnal yang berjudul “ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN” yang ditulis oleh Nur Amalina, Imroatul Khasanah (2015). Penelitian ini berbeda dengan jurnal sebelumnya, karena menambahkan variable promosi penjualan dan variable kualitas produk.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang sudah di jelaskan di atas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Rocket Chicken Madukismo Yogyakarta?
2. Apakah Persepsi Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Rocket Chicken Madukismo Yogyakarta?
3. Apakah Promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Rocket Chicken Madukismo Yogyakarta?
4. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Rocket Chicken Madukismo Yogyakarta?
5. Apakah Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Rocket Chicken Madukismo Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan bertujuan untuk:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Rocket Chicken Madukismo Yogyakarta
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Persepsi Harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Rocket Chicken Madukismo Yogyakarta
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Promosi Penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen di Rocket Chicken Madukismo Yogyakarta
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di Rocket Chicken Madukismo Yogyakarta
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Rocket Chicken Madukismo Yogyakarta

Pengujian ini dilakukan untuk mencari tahu apakah variable-variable tersebut berpengaruh positif atau negatif dan apakah berpengaruh secara positif untuk Rocket Chicken Madukismo.

D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini, diharapkan terdapat beberapa manfaat yaitu:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan tambahan informasi bagi peneliti selanjutnya
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan untuk peneliti dan untuk akademisi sebagai media informasi.
2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi pelaku bisnis di bidang makanan dalam mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, agar dapat menjadi strategi pemasaran di masa mendatang.