

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia saat ini dapat dikatakan telah masuk di era *globalisasi*, yaitu suatu era yang bebas dalam persaingan. Di era *globalisasi* persaingan dalam dunia bisnis menjadi semakin ketat. Fenomena persaingan yang ada telah membuat para pengusaha menyadari suatu kebutuhan untuk memaksimalkan semua aset-aset mereka demi meningkatkan kemampuan untuk memaksimalkan kinerja perusahaan dan meningkatkan keuntungan yang kompetitif. Efek dari perkembangan dunia tersebut juga mempengaruhi gaya hidup masyarakat. Gaya hidup yang serba instan dan praktis membuat sejumlah masyarakat menginginkan ketepatan dan kecepatan dalam berbagai hal. Salah satunya dalam hal mengkonsumsi makanan atau minuman. Tingkat konsumsi makanan merupakan salah satu sub sektor industri yang berkembang sangat pesat saat ini.

Perkembangan tersebut terbukti dengan banyaknya investor yang menanamkan modalnya pada perusahaan industri makanan. Bisnis waralaba (*franchise*) merupakan salah satu contoh bisnis yang saat ini berkembang di Indonesia, terutama dibidang kuliner. Kekuatan usaha produk makanan ini adalah bagaimana setiap perusahaan akan berusaha memberikan nilai tambah (*value added*) yang berbeda terhadap produk dan jasa layanan yang diberikan kepada konsumen.

Rumah Makan Hisana Fried Chicken GKB merupakan salah satu bisnis waralaba (*franchise*) yang bergerak di bidang kuliner. Waralaba ini memungkinkan untuk mampu bersaing dengan waralaba lainya dengan produk olahan yang sejenis, seperti *Toby's Fried Chicken GKB*, *Let's Go! Chicken GKB* dan *Sabana Fried Chicken GKB*. Rumah Makan yang beralamat di Jl. Jawa No 73, Yosowilangun, GKB, Kec. Manyar, Kab. Gresik ini menawarkan produk olahan ayam goreng yang dibaluri tepung. Produk makanan cepat saji ini mudah dikenal oleh masyarakat dengan rasanya yang gurih dan nikmat.

Pengertian produk menurut W.J Stanton (2000) dalam Alma (2018:140), produk adalah seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk didalamnya masalah warna, harga, nama baik pabrik, nama baik toko yang menjual (pengecer), dan pelayanan pabrik serta pelayanan pengecer, yang diterima oleh pembeli guna memuaskan keinginanya.

Dalam memasarkan suatu produk sangat diperlukan kualitas yang baik agar produknya diterima oleh masyarakat. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:273), kualitas adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat. Jadi jika di simpulkan berdasarkan pengertian diatas kualitas produk adalah tingkat kemampuan suatu produk barang atau jasa yang bisa digunakan atau dikonsumsi oleh pelanggan atau konsumen untuk memuaskan kebutuhan atau keinginanya.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu harga. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:345), harga dapat didefinisikan secara sempit sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, jika didefinisikan secara luas harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga merupakan salah satu faktor yang harus dikendalikan secara serasi, selaras dengan tujuan yang ingin dicapai.

Rumah Makan Hisana Fried Chicken GKB terletak di kawasan perumahan yang terdapat sarana fasilitas umum, antara lain GIANT Hipermarket, SMP Muhammadiyah 12 Gresik, Universitas Muhammadiyah Gresik. Lokasi tempat berdirinya suatu usaha akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian karena merupakan saluran distribusi yang dipakai untuk perpindahan produk dari produsen ke konsumen. Pengertian lokasi menurut Tjiptono (2015:345), tempat mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.

Kebutuhan dan keinginan para konsumen harus diperhatikan oleh manajemen Rumah Makan Hisana Fried Chicken GKB, hal ini dilakukan agar konsumen memutuskan untuk membeli produk yang ditawarkan. Menurut Peter dan Olson (2013) dalam Indrasari (2019:70), keputusan pembelian adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku *alternative* dan memilih satu di antaranya.

Di sekitar lokasi Rumah Makan Hisana Fried Chicken GKB terdapat Rumah Makan pesaing yang menawarkan produk olahan dengan bahan yang sama. Berikut ini data Rumah Makan Cepat Saji yang berada di sekitar GKB :

Tabel 1.1
Data Rumah Makan Cepat Saji di Sekitar GKB – Gresik

No	Nama Restoran Cepat Saji
1	<i>Hisana Fried Chicken GKB</i>
2	<i>Toby's Fried Chicken GKB</i>
3	<i>Let's Go! Chicken GKB</i>
4	<i>Sabana Fried Chicken GKB</i>

Sumber: Laman website Restoran di sekitar GKB Gresik

Berdasarkan pada tabel 1.1 dapat dilihat ada beberapa Restoran Cepat Saji yang terdapat di sekitar area GKB - Gresik antara lain : *Hisana Fried Chicken GKB*, *Toby's Fried Chicken GKB*, *Let's Go! Chicken GKB* dan *Sabana Fried Chicken GKB*. Data Rumah Makan tersebut berdasarkan jenis olahan ayam goreng dibaluri tepung. Olahan makanan berbahan daging ayam saat ini menjadi salah makanan favorit cepat saji yang banyak digemari oleh masyarakat.

Kualitas produk yang ditawarkan oleh Rumah Makan pada tabel 1.1 mempunyai ciri khas masing-masing. Kualitas produk antara Rumah Makan yang satu dengan yang lainnya mempunyai perbedaan yang tidak terlalu jauh. Dengan adanya berbagai macam Rumah Makan di sekitar GKB-Gresik membuat masyarakat mempunyai berbagai pilihan yang diinginkan.

Tabel 1.2
Perbandingan Harga Menu Utama Rumah Makan
Cepat Saji Di Sekitar GKB – Gresik
Tahun 2021

Nama Menu	Hisana Fried Chicken GKB	Toby's Fried Chicken GKB	Let's Go! Chicken GKB	Sabana Fried Chicken GKB
Nasi Putih	Rp 4,000	Rp 5,000	Rp 5,500	Rp 5,000
Dada	Rp 12,000	Rp 15,000	Rp 10,500	Rp 10,000
Paha Atas	Rp 10,000	Rp 15,000	Rp 14,500	Rp 10,000
Paha Bawah	Rp 9,000	Rp 13,000	Rp 11,500	Rp 8,000
Sayap	Rp 9,000	Rp 10,500	Rp 13,000	Rp 8,000

Sumber: Data Manajemen Rumah Makan Hisana Fried Chicken GKB, Toby's Fried Chicken GKB, Let's Go! Chicken GKB, Sabana Fried Chicken GKB

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dijelaskan bahwa harga menu utama yang ditawarkan oleh masing-masing Rumah Makan mempunyai harga yang bersaing. Dilihat dari harga yang ditawarkan, manajemen Rumah Makan Toby's Fried Chicken GKB menawarkan harga yang paling tinggi, sedangkan Rumah Makan Sabana Fried Chicken menawarkan harga yang paling rendah.

Harga merupakan suatu nilai yang dibuat untuk menjadi patokan nilai suatu barang. Pengaruh harga terhadap penjualan sangat penting dalam suatu pemasaran. Dalam penetapan harga perlu diperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya, baik langsung maupun tidak langsung. Faktor yang mempengaruhi secara langsung, adalah harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, adanya peraturan pemerintah, dan faktor-faktor lainnya. Faktor yang tidak langsung, tetapi erat hubungannya dengan penetapan harga, adalah harga produk sejenis yang dijual oleh para pesaing.

Beberapa penelitian terdahulu akan dijadikan sebagai acuan agar peneliti dapat memperoleh informasi mengenai topik pembahasan penelitian yang akan dilakukan. Menurut Dede Aprisal (2017) yang melakukan penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di *Great Store Clothing* Samarinda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, promosi, lokasi secara simultan dan parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kemudian menurut M. Maulana, Agnes Ligia Pratisitia Walukow (2014) yang melakukan penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Bentenan Center Sonder Minahasa. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Bentenan Center, sedangkan variabel lokasi secara simultan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian di Bentenan Center.

Adapun alasan penulis memilih Rumah Makan Hisana Fried Chicken GKB karena kualitas produk makanan yang ditawarkan mempunyai rasa yang gurih dan nikmat. Selain itu harga yang ditawarkan oleh Rumah Makan Hisana Fried Chicken GKB *relative* terjangkau dan sebanding dengan kualitas produk yang ditawarkan. Harga yang dikeluarkan oleh konsumen sesuai dengan nilai manfaat yang didapat oleh konsumen. Dari faktor lokasi, Rumah Makan Hisana Fried Chicken GKB berada di tempat yang strategis, namun tidak memiliki tempat parkir yang cukup luas.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut di atas yang ditemukan penulis atas dasar fenomena yang terjadi di lapangan, maka diajukan sebuah penelitian dengan judul: **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS RUMAH MAKAN HISANA FRIED CHICKEN GKB)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dikaji adalah :

1. Apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Hisana Fried Chicken GKB?
2. Apakah harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Hisana Fried Chicken GKB?
3. Apakah lokasi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Hisana Fried Chicken GKB?
4. Apakah kualitas produk, harga dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Hisana Fried Chicken GKB?

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut ini tujuan dari dilakukannya penelitian, antara lain :

1. Mengetahui seberapa besar kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Hisana Fried Chicken GKB.
2. Mengetahui seberapa besar harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Hisana Fried Chicken GKB.
3. Mengetahui seberapa besar lokasi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Hisana Fried Chicken GKB.
4. Mengetahui seberapa besar kualitas produk, harga dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Hisana Fried Chicken GKB.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

a) Bagi Peneliti

Sebagai tambahan wawasan atau pengetahuan mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian di sektor kuliner.

b) Bagi Universitas Gresik

Penelitian ini dapat mengembangkan khasanah ilmu pengetahuan tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian suatu produk disektor kuliner dan juga bermanfaat menjadi referensi untuk penelitian-penelitian berikutnya di bidang pemasaran.

c) Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat menambah bahan bacaan yang mempelajari ilmu ekonomi tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian suatu produk disektor kuliner.

1.4.2 Manfaat Praktis

Sebagai bahan pertimbangan pengusaha untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian suatu produk disektor kuliner, agar *omzet* dari bisnis yang telah dijalankan lebih meningkat.