

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LatarBelakang

Perkembangan era globalisasi dan kemajuan teknologi yang sangat pesat telah mengakibatkan pergerakan masyarakat menjadi sangat cepat dalam mengikuti *trend*, salah satunya dalam bidang kuliner. Banyaknya restoran dengan berbagai macam makanan merupakan fenomena yang dapat dilihat setiap harinya. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2021 pada kuartal II, Industri makanan dan minuman tumbuh 2,95% secara year-on-year, naik dari 2,45% dari triwulan sebelumnya dan tumbuh 2,37% secara quarter-to-quarter. Salah satu bisnis yang cukup *trendy* dan berkembang pesat dalam persaingan bisnis adalah restoran cepat saji atau *fast food*.

Persaingan dalam sektor kuliner atau makanan telah menjadi persaingan yang cukup ketat khususnya pada makanan cepat saji atau *fast food*. *Fast food* merupakan makanan cepat saji, dikatakan cepat saji karena memiliki teknik penyiapan dan penyajian yang cepat alias dalam waktu yang singkat dan fast food termasuk salah satu makanan yang sangat digemari oleh masyarakat karena kemudahan dalam penyajiannya. Hal ini dapat dibuktikan oleh data yang dimuat oleh tribunnews.com dalam Khadra dan Mawardi (2019) yang mengungkapkan hasil dari survei yang dilakukan oleh Mastercard, bertajuk *Consumer Purchasing Priority*, 80% masyarakat Indonesia lebih memilih mengonsumsi makanan cepat saji. Kebanyakan restoran cepat saji yang beroperasi di Indonesia merupakan cabang dari perusahaan asing yang biasa disebut dengan *franchise*.

Franchise mulai dikenal di Indonesia sejak tahun 1970. Salah satu merk *Franchise* yang pertama kali mulai beroperasi di Indonesia adalah *Kentucky Fried Chicken (KFC)*. KFC merupakan salah satu restoran cepat saji yang memiliki sistem pelayanan yang cepat dan penyajian makanannya yang praktis. Hal tersebut membuat KFC diterima dengan sangat baik oleh masyarakat Indonesia sehingga KFC telah berhasil dalam mencapai kepuasan konsumen.

Banyaknya gerai atau outlet yang tersebar, membuat restoran *Kectucky Fried Chicken* (KFC) ini banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Hal ini dapat dibuktikan oleh data yang dipublikasikan di laman *Top Brand Award* (www.topbrand-award.com).

Tabel 1.1 Data *Top Brand Award* tahun 2022

Brand	TBI
KFC	27.20%
MC Donald's	26.20%
Hoka – Hoka Bento	9.40%
A & W	7.60%
Richeese Factory	4.70%

Sumber : *Top Brand Award* (www.topbrand-award.com)

Tabel 1.1 membuktikan bahwa Restoran KFC menjadi *Brand* terbaik dalam kategori Retail dan Sub Kategori Restoran Fast Food dengan nilai TBI sebesar 27.20% pada tahun 2022 sehingga Restoran *Kectucky Fried Chicken* (KFC) ini terbukti telah mencapai kepuasan para konsumen maupun pelanggannya.

Menurut Sabir (2014), kepuasan konsumen khususnya di bidang *fast food* dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kualitas produk, desain fisik dan harga. Memuaskan konsumen adalah tujuan dari setiap perusahaan karena dengan tercapainya kepuasan konsumen, perusahaan dapat bertahan dalam persaingan bisnis dengan mempertahankan pelanggan yang nantinya akan menimbulkan pelanggan melakukan pembelian ulang produk perusahaan. Menurut Sangadji dan Sopiah (2013), kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan kinerja produk yang sesungguhnya sehingga dalam membeli suatu produk, konsumen memiliki harapan tentang bagaimana kinerja produk tersebut (*Product Performance*):

1. Produk berkinerja lebih baik dari yang diharapkan. Inilah yang disebut diskonfirmasi positif (*Positive Disconfirmation*). Konsumen akan merasa puas, jika ini terjadi.

2. Produk bekerja sesuai dengan yang diharapkan. Ini yang disebut konfirmasi sederhana (*Simple Confirmation*). Jika ini terjadi, konsumen akan memiliki perasaan yang netral.
3. Produk bekerja tidak sesuai dengan yang diharapkan. Inilah yang disebut Diskonfirmasi Negatif (*Negative Disconfirmation*). Konsumen akan merasa kecewa dan tidak puas karena produk bekerja tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen.

Perseroan memiliki jaringan restoran KFC Indonesia dengan total 740 Gerai yang tersebar di 169 Kota/Kabupaten di seluruh Indonesia. Perusahaan yang bergerak di bidang *Fast Food* ini salah satunya terletak di Jalan Gajah Mada No. 74, Kabupaten Jember, Jawa timur. Restoran KFC ini terletak di daerah yang strategis yaitu di lingkungan yang banyak sekali orang berlalu lalang sehingga memudahkan banyak orang apabila ingin membeli dan mengonsumsi produk dari *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Jember.

Produk Utama KFC, yaitu berbahan dasar ayam yang digoreng dengan tepung dan disajikan bersama nasi serta saus sambal kemasan. KFC memiliki berbagai macam harga dari yang termurah hingga yang paling mahal untuk berbagai macam produk yang disajikan. Situasi dan Kondisi di Outlet juga sangat nyaman dilengkapi dengan fasilitas kursi, meja dan permainan untuk anak – anak untuk konsumen maupun pelanggan yang menyajikan makanan di tempat serta KFC juga menyediakan tempat duduk untuk antrean Gojek dan Grab.

Harga juga merupakan salah satu faktor penentu konsumen dalam memilih suatu barang atau jasa, kesesuaian harga dengan barang atau jasa yang diterima oleh konsumen akan menciptakan kepuasan konsumen. Apabila terdapat dua produk yang sejenis, konsumen akan membandingkan harga kedua produk tersebut dan akan memilih produk yang memiliki harga yang lebih terjangkau akan tetapi tetap melihat kualitas produknya. Maka dari itu, kualitas produk juga memiliki peranan besar dalam menciptakan kepuasan pelanggan dan mempengaruhi minat beli ulang pelanggan.

Restoran *Fast Food* ini menyediakan berbagai klasifikasi menu, diantaranya Hot deals dengan harga Rp 6.000 – Rp 57.000, Combo dengan harga Rp 29.000 –

Rp 142.500 , Praktis dengan harga Rp 12.500 – Rp 52.500. Kombo Superstar dengan harga Rp 95.500 – Rp 121.000, New Product dengan harga Rp 10.500 – Rp 14.500, Alacarte dengan harga Rp 4.000 – Rp 161.000, Beverages dengan harga Rp 8.500 – Rp 15.500 dan Chaki Kids Meal dengan harga Rp 42.000 – an. Klasifikasi menu tersebut, tentu tidak hanya menyajikan ayam goreng tepung, akan tetapi Restoran ayam ini juga menyajikan makanan cepat saji lainnya seperti *French Fries, Burger, Fish Fillet, Spaghetty* dan *Bento Series*. KFC juga menyediakan pelayanan jasa langsung maupun pengiriman (Delivery) melalui aplikasi Gojek dan Grab. Restoran KFC juga menyediakan lahan parkir yang cukup luas untuk para pengguna mobil maupun motor.

Pemasaran yang dilakukan oleh Restoran *Fast Food* ini sering memberikan promo pada waktu tertentu seperti promo kemerdekaan, promo hari raya, promo HUT Bank dan masih banyak promo lainnya serta pemberian gratis ongkir untuk pembelian *online* melalui aplikasi Gojek dan Grab.

Kentucky Fried Chiken (KFC) yang sudah lama beroperasi di Indonesia, dengan segala keunggulannya berhasil mendominasi pasar dan memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk praktis serta mencapai kepuasan para pelanggannya sehingga menimbulkan minat beli ulang pelanggan pada produk KFC akan tetapi Restoran KFC yang terletak di Jember sempat mengalami permasalahan bisnis yang harus dihadapi, yaitu menurunnya omset yang akhirnya berakibat pada profit perusahaan, kesejahteraan pegawai dan *landlord*. Hal ini mengakibatkan Restoran KFC Jember perlu melakukan peningkatan atau pembaruan dalam aspek pelayanan serta peningkatan kualitas produk dan harga yang menarik agar perusahaan dapat menciptakan kepuasan pada pelanggan yang akan membuat pelanggan secara terus menerus melakukan pembelian secara berulang.

Penelitian ini menggunakan variabel kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk karena ketiga faktor tersebut merupakan faktor yang dapat mempengaruhi minat pembelian ulang pelanggan pada suatu produk. Dengan adanya pelayanan yang baik oleh suatu perusahaan akan muncul kepercayaan di hati pelanggan sehingga akan mengakibatkan pelanggan akan secara berulang melakukan

pembelian, sedangkan untuk variabel harga dan kualitas produk keduanya merupakan faktor yang saling berhubungan, perusahaan akan mematok harga produk sesuai dengan kualitas produk yang diberikan kepada konsumen maka dari itu, apabila konsumen telah merasa puas dengan ketiga faktor tersebut, maka perusahaan akan berhasil dalam mencapai kepuasan pelanggan sehingga akan mengakibatkan para pelanggan akan melakukan pembelian secara konsisten dan atau secara berulang.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini dilakukan untuk menganalisis variabel kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk yang berpengaruh signifikan dan tidak terhadap minat pembelian ulang pelanggan KFC dengan mengambil judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas produk, Harga terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan *Kentucky Fried Chicken* (KFC) di Kabupaten Jember” dan menganalisis variabel yang berpengaruh dominan terhadap minat pembelian ulang pelanggan pada KFC Jember.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Pembelian Ulang Pelanggan *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Di Kabupaten Jember?
2. Apakah Variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Pembelian Ulang Pelanggan *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Di Kabupaten Jember?
3. Apakah Variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap Minat Pembelian Ulang Pelanggan *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Di Kabupaten Jember?
4. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas produk, Harga terhadap Minat Pembelian Ulang Pelanggan *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Di Kabupaten Jember secara simultan?
5. Apa variabel yang berpengaruh dominan terhadap Minat Pembelian Ulang Pelanggan *Kentucky Fried Chicken* (KFC) di Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka diperoleh tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengujikan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, terhadap Minat Pembelian Ulang Pelanggan *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Di Kabupaten Jember
2. Untuk mengujikan menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Pembelian Ulang Pelanggan *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Di Kabupaten Jember
3. Untuk mengujikan menganalisis pengaruh Harga terhadap Minat Pembelian Ulang Pelanggan *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Di Kabupaten Jember
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas produk, Harga dan Lokasi terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Di Kabupaten Jember secara simultan
5. Untuk menguji dan menganalisis variabel yang berpengaruh dominan terhadap minat beli ulang (*Repeat Order*) Pelanggan *Kentucky Fried Chicken* (KFC) di Kabupaten Jember

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Dapat menambah wawasan peneliti dalam mengembangkan kemampuan dan pengalaman dalam berfikir secara ilmiah serta dapat mengetahui lebih banyak, dalam hal ini tingkat minat beli ulang konsumen terhadap kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan lokasi suatu perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat menjadi masukan dan informasi bagi Perusahaan *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Jember

3. Bagi Peneliti Lain

Diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan pertimbangan bagi para peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan minat beli ulang suatu perusahaan.