

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan pada sektor masakan atau kuliner sudah sebagai persaingan yang relatif ketat khususnya dalam kuliner cepat saji atau *fast food*. *Fast food* adalah kuliner cepat saji, dikatakan cepat saji lantaran mempunyai teknik penyiapan penyajian yang cepat alias singkat dan *fast food* termasuk salah satu kuliner yang sangat digemari sang rakyat lantaran kemudahan pada penyajiannya. Hal ini bisa dibuktikan sang data yang dimuat sang tribunnews.com pada Khadra dan Mawardi (2019) yang menyampaikan output menurut survei yang dilakukan sang mastercard, bertajuk *Consumer Purchasing Priority*, 80% masyarakat Indonesia lebih menentukan mengonsumsi kuliner cepat saji. Kebanyakan restoran cepat saji yang beroperasi di Indonesia adalah cabang perusahaan yang biasa dianggap dengan *franchise*.

Salah satu perusahaan cepat saji yang cukup terkenal di Indonesia adalah C'Bezt Fried Chicken yang pusatnya sendiri berada di Jakarta. C'Bezt Fried Chicken merupakan perusahaan waralaba yang berada di bawah naungan PT. Cipta Aneka Selera. C'Bezt Fried Chicken merupakan restoran cepat saji berkonsep *cozy and cheap* yang berkomitmen untuk memberikan kualitas produk dan pelayanan terbaik dengan harga terjangkau serta cita rasa yang berbeda. Saat ini C'Bezt Fried Chicken telah mempunyai 80 Store yang tersebar di Jawa Timur, Jawa Tengah, Sulawesi, Bali dan Lombok (NTB). Dengan konsep bisnis waralaba dan kemitraan C'Bezt Fried Chicken akan dapat berkembang lebih pesat lagi untuk menjangkau lebih banyak kota di Indonesia. Usaha ini hampir sama dengan KFC, Mc Danold's, Quick Chicken, CFC dan sebagainya, sehingga untuk membuka usaha ini harus mampu menyusun konsep pemasaran dan juga mensurvei tempat sebelum membuka usaha. C'Bezt Fried Chicken sendiri

merupakan restoran ayam goreng renyah yang menyediakan ayam goreng dengan kualitas terbaik. Meskipun C'Bezt sendiri merupakan usaha yang baru dibandingkan dengan KFC, Mc Donald's, Quick Chicken, CFC dan sebagainya akan tetapi C'Bezt Fried Chicken dari tahun ketahun mengalami perkembangan yang sangat pesat. Terbukti di Jember sendiri sudah banyak berdiri cabang restoran C'Bezt Fried Chicken, bahkan C'Bezt Fried Chicken akan menjadi pesaing yang ketat bagi restoran-restoran yang sudah mendunia tersebut.

Makanan ayam goreng yang sudah dikelola secara modern juga semakin banyak berdiri di berbagai tempat, baik di kota besar maupun kota kecil seperti dikota Jember. Salah satu cabang yang berada di Jember adalah C'Bezt Fried Chicken yang berada di Jl. Kalimantan, C'Bezt Fried Chicken merupakan usaha yang mengelola, menjual, dan menerima pesanan makanan ayam goreng renyah modern yang mempunyai banyak penggemar, disini peneliti memilih C'Bezt Fried Chicken, Jl. Kalimantan Jember sebagai objek penelitian dikarenakan hasil penjualannya tetap stabil dan tetap berjalan sesuai yang diharapkan.

Menurut Rangkuti (2004) dalam Sangadji dan Sopiah (2013:327) citra merek adalah sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk di hati konsumen, citra merek dapat dibangun oleh produsen atau konsumen produsen membentuk suatu citra terhadap merek yang dikeluarkan yang kemudian mempengaruhi konsumen dalam mempersepsikan merek tersebut. Ketika bisnis telah memiliki nama yang dikenal oleh masyarakat luas hal tersebut juga akan menarik minat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian salah satu contohnya adalah perusahaan C'Bezt Fried Chicken.

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:345) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa secara lebih luas, harga adalah keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk atau jasa sehingga sebelum melakukan pembelian konsumen akan mencari tahu harga yang paling sesuai dengan kemampuannya konsumen mengharapkan akan memperoleh produk yang sesuai dengan harga yang ditawarkan.

Produk yang ditawarkan oleh perusahaan harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas produk menjadi salah satu faktor yang tidak kalah penting lantaran kualitas produk menjadi faktor penentu taraf kepuasan yang didapatkan oleh konsumen setelah mereka melakukan pembelian terhadap suatu produk atau jasa. Menurut Kotler dan Amstrong (2008:272) kualitas produk (*quality product*) adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Selanjutnya, perusahaan perlu menjaga kualitas produknya supaya memudahkan konsumen saat memilih produk sebelum melakukan keputusan pembelian sehingga konsumen tidak merasa kecewa terhadap produk tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perlu dilakukan penelitian terhadap keputusan pembelian di C'Bezt Fried Chicken untuk menganalisis dan menguji variabel citra merek, harga, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen di C'Bezt Fried Chicken Cabang Jl. Kalimantan Jember.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat dirumuskan permasalahannya yaitu sebagai berikut :

1. Apakah variabel citra merek, harga, kualitas produk berpengaruh secara serempak terhadap loyalitas konsumen pada C'Bezt Fried Chicken Cabang Jl. Kalimantan Jember?
2. Apakah variabel citra merek, harga, kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen pada C'Bezt Fried Chicken Cabang Jl. Kalimantan Jember?
3. Variabel manakah yang berpengaruh dominan terhadap loyalitas konsumen pada C'Bezt Fried Chicken Cabang Jl. Kalimantan Jember?

1.3 Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas maka tujuan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Menganalisis variabel citra merek, harga, kualitas produk berpengaruh secara serempak terhadap loyalitas konsumen pada C'Bezt Fried Chicken Cabang Jl. Kalimantan Jember.
2. Menganalisis variabel citra merek, harga, kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen pada C'Bezt Fried Chicken Cabang Jl. Kalimantan Jember.
3. Menganalisis variabel manakah yang dominan terhadap loyalitas konsumen pada C'Bezt Fried Chicken Cabang Jl. Kalimantan Jember.

1.4 Manfaat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yaitu sebagai berikut :

1. Manfaat bagi penulis yaitu penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai bagaimana perilaku konsumen dalam menilai loyalitas konsumen pada C'Bezt Fried Chicken Cabang Jl. Kalimantan Jember dan juga sebagai syarat dalam menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi Politeknik Negeri Jember.
2. Manfaat bagi perusahaan diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi kepada pihak C'Bezt Fried Chicken Cabang Jl. Kalimantan Jember terkait pengaruh citra merek, harga, kualitas produk terhadap loyalitas konsumen agar bisa lebih berkembang dan sukses kedepannya.
3. Manfaat bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan referensi atau sumber informasi untuk penelitian lebih lanjut khususnya mengenai pengaruh citra merek, harga, kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.