

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk terbanyak di dunia. Indonesia menempati urutan nomor empat penduduk terbanyak di dunia setelah Amerika Serikat, India dan China. Badan Pusat Statistik Indonesia (BPS) merilis jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2018 mencapai 265 juta jiwa. Dengan jumlah penduduk yang cukup banyak maka kebutuhan akan sandang, pangan dan papan juga akan semakin banyak. Salah satu jenis kebutuhan yang harus dipenuhi setiap hari adalah kebutuhan pangan. Kebutuhan pangan menjadi kebutuhan primer sehingga membuka peluang bisnis dibidang makanan. Hal ini yang membuat banyak perusahaan dan pelaku bisnis bermunculan menawarkan berbagai macam produk untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Saat ini semakin banyak perusahaan atau pelaku usaha di bidang makanan yang bermunculan. Banyaknya bisnis di bidang makanan tentu tingkat persaingan usaha makanan akan menjadi semakin tinggi. Salah satu usaha makanan yang cukup diminati yaitu rumah makan siap saji atau biasa disebut *fast food*. Menurut Bertram dalam Hayati (2000) rumah makan siap saji atau *fast food* adalah rumah makan yang menghadirkan makanan dan minuman dalam waktu relatif singkat dari pemesanan sampai penyajian kepada pelanggan dan umumnya berupa *burger atau ayam goreng*. Dengan semakin cepatnya perkembangan dunia rumah makan dengan model seperti ini tentu sangat cocok bagi gaya hidup masyarakat modern yang serba cepat. Kebanyakan rumah makan siap saji di Indonesia menggunakan sistem waralaba (*franchise*) atau cabang dari perusahaan asing.

Ada berbagai macam rumah makan siap saji yang dikenal di Indonesia. Salah satu rumah makan siap saji yang ada di Indonesia adalah McDonald's atau lebih dikenal dengan sebutan *Mekdi* di Indonesia. McDonald's merupakan salah satu waralaba rumah makan siap saji terbesar di dunia. Waralaba rumah makan siap saji

yang memiliki lambang dua busur berwarna kuning ini didirikan oleh Ray Kroc pada tahun 1955. Waralaba ini baru dibuka di Indonesia pada tanggal 23 Februari 1991 di Jakarta yang artinya waralaba ini masuk di Indonesia setelah 36 tahun McDonald's berdiri. McDonald's tercatat memiliki 180 gerai rumah makan di seluruh Indonesia. Dengan jumlah tersebut McDonald's menjadi salah satu rumah makan waralaba siap saji terbesar di Indonesia dan jumlah ini diperkirakan akan terus meningkat karena McDonald's Indonesia menargetkan akan membuka 10-15 restoran per tahun di Indonesia.

Setelah 27 tahun bisnis kuliner ini ada di Indonesia akhirnya pada bulan Juni 2018 McDonald membuka gerai rumah makannya di Jember. Dengan hadirnya McDonald di Jember tentu semakin memperbanyak opsi tempat kuliner bagi masyarakat Jember sekaligus menambah persaingan bisnis kuliner di Jember. Menurut Badan Pusat Statistik Indonesia (BPS) jumlah usaha yang bergerak di bidang akomodasi dan penyedia makanan dan minuman di Jember sebanyak 24.101 usaha. Jumlah tersebut merupakan salah satu jenis usaha terbanyak di Jember selain jenis usaha jasa. Selain itu Kabupaten Jember tercatat memiliki sembilan gerai rumah makan siap saji dengan merek yang berbeda yaitu Burger King, C'bezt, California Fried Chicken (CFC), Hisana Fried Chicken, Kentucky Fried Chicken (KFC), McDonald's, Quick Chicken, Richeese Factory dan Toby's. Semakin banyak tingkat persaingan usaha tentu akan semakin banyak opsi sebelum konsumen melakukan keputusan pembelian. Keputusan pembelian konsumen adalah proses pemecahan masalah dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen (Sangadji dan Sopiah, 2013:332). Untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen perusahaan akan melakukan kegiatan pemasaran karena kegiatan pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan – kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya mempertahankan kelangsungan hidup, untuk berkembang dan mendapatkan laba (Swastha dan Irawan, 2000:5). Banyaknya opsi tempat kuliner di Jember nyatanya McDonald cukup mendapat tempat di hati konsumen, terbukti sejak *grand opening* pada bulan Juni 2018 gerai rumah makan siap saji ini selalu ramai dipadati

pengunjung. Sebagai salah satu rumah makan waralaba siap saji terbesar di Indonesia McDonald's hadir dengan cukup megah di Jember. McDonald's hadir dengan gerai independen dan menawarkan fasilitas yang cukup lengkap seperti fasilitas bermain anak, layanan 24 jam serta layanan *drive thru*. Padahal ada beberapa gerai rumah makan siap saji baru yang memilih membuka rumah makan di area pusat perbelanjaan seperti Burger King, Richeese Factory serta Kentucky Fried Chicken (KFC). Hal tersebut mungkin bisa mengurangi fasilitas pelayanan yang ada seperti jam buka yang harus disesuaikan oleh pusat perbelanjaan serta luas bangunan yang tidak terlalu luas.

Selain itu ramainya gerai rumah makan siap saji ini juga dipengaruhi oleh citra merek. Usaha yang sudah berlangsung sejak lama membuat banyak masyarakat mengenal McDonald's. Selain itu kualitas yang terus diperhatikan dan ditingkatkan dari tahun ke tahun juga membuat McDonald's semakin memiliki citra yang baik di masyarakat. Citra merek adalah sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk di benak konsumen (Rangkuti, 2014) *dalam* Sangaji dan Sopiah (2013:327). Apalagi bisnis kuliner merupakan salah satu bisnis dengan tingkat persaingan yang cukup tinggi di Jember. Maka dalam tingkat persaingan usaha yang tinggi kepercayaan konsumen pada suatu produk memegang peranan penting dalam keputusan pembelian konsumen.

Selain citra merek kualitas layanan pada gerai rumah makan yang cukup baik dan memadai juga bisa mempengaruhi keputusan pembelian. Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan, menurut John J *dalam* Lupioyadi (2013:201) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Maka dari itu Mcdonald hadir dengan membawa pelayanan yang cukup lengkap salah satunya dari segi fasilitas. McDonald's Jember bisa dibilang memiliki fasilitas yang cukup lengkap. Bahkan fasilitas yang dimiliki McDonald's tidak dimiliki gerai rumah makan lain seperti layanan *Drive thru*. Hal itu juga

ditunjang dengan pelayanan yang ramah. Tentu berbagai hal tadi dilakukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Lokasi merupakan tempat pengembangan suatu bisnis untuk mempermudah konsumen atau calon konsumen mendapatkan produk yang sudah di produksi oleh perusahaan. Lokasi yang tepat dan strategis memudahkan akses bagi calon konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam hal ini McDonald Jember juga memiliki lokasi yang cukup strategis. Hal ini terlihat dari letak gerai rumah makan ini yang berada di jalan utama Kabupaten Jember. Sehingga mudah dijangkau dan dekat dengan target pasar. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Adiwijaya (2010:44), lokasi dikatakan strategis bila mudah dijangkau target pasar atau konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas penulis tertarik untuk meneliti pengaruh citra merek, kualitas layanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian di McDonald's Jember agar dapat memberi masukan kepada perusahaan tersebut terkait dengan variabel mana yang berpengaruh signifikan dalam keputusan pembelian konsumen dan bisa digunakan sebagai acuan untuk kebijakan pengembangan perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di McDonald Jember?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di McDonald Jember?
3. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di McDonald Jember?
4. Apakah citra merek, kualitas layanan dan lokasi secara serempak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di McDonald Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dikemukakan diatas, adapun tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian di McDonald Jember.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian di McDonald Jember.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di McDonald Jember.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis bahwa citra merek, kualitas layanan dan lokasi secara serempak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di McDonald Jember.

1.4 Manfaat

Berdasarkan pada rumusan dan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, maka dari hasil penelitian diharapkan:

1. Bagi Penulis

Dapat mengetahui pengaruh citra merek, kualitas layanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di McDonald Jember.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan referensi kepada perusahaan dengan melihat faktor yang dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di McDonald's, sehingga dapat menjadi acuan perusahaan dalam mengambil kebijakan khususnya dalam pengembangan citra merek, kualitas layanan dan lokasi kepada konsumen.

3. Bagi Akademisi

Untuk dapat menambah literatur kepustakaan dibidang penelitian mengenai pengaruh citra merek, lokasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen.

4. Bagi Peneliti Lain

Untuk menambah referensi dan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pengaruh citra merek, lokasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen.