

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era modernisasi dan globalisasi pertumbuhan ekonomi telah berkembang pesat dan banyak menghadirkan kemajuan pada dunia bisnis. Perkembangan yang telah terjadi ini mengharuskan sebuah perusahaan untuk berinovasi agar dapat meningkatkan pendapatan perusahaan. Selain itu juga perkembangan dunia bisnis dapat mengakibatkan persaingan yang sangat ketat dari para pelaku bisnis yang mengharuskan setiap perusahaan dituntut untuk terus dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan dari para pelanggannya untuk dapat mempertahankan bisnisnya dan mempertahankan kualitas produknya agar tetap dapat bersaing dengan perusahaan lainnya serta menghindari penurunan pendapatan. Perkembangan ini berpengaruh pada semua bidang bisnis, salah satunya yaitu bisnis kuliner.

Bisnis kuliner merupakan bisnis yang bergerak dibidang makanan dan minuman, bisnis ini berorientasi untuk memenuhi kebutuhan pokok manusia yaitu makanan dan minuman. Di Indonesia banyak ragam bisnis kuliner sehingga banyak timbul persaingan yang ketat dan akan berdampak pada permasalahan yang dapat membuat bisnis akan sepi pelanggan, sehingga pihak yang memiliki bisnis kuliner harus mempunyai inovasi dan alternatif untuk menciptakan inovasi yang dapat mempertahankan bisnis.



Gambar 1. 1 Data Perkembangan Sektor Makanan dan Minuman, 2011-2024

Sumber: Data Industri Research, 2024

Berdasarkan Gambar 1.1 yang menunjukkan pertumbuhan industri makanan dan minuman pada tahun 2011 sampai 2024 mengalami peningkatan, namun pada tahun 2020 mengalami penurunan tetapi mengalami peningkatan kembali hingga

tahun 2024, selain itu menteri perdagangan juga mengatakan bahwa pertumbuhan industri makanan dan minuman Indonesia pada kuartal II tahun 2024 mencapai 5,53% dan kontribusi terhadap PDB pada kuartal I tahun 2024 mencapai 6,97% (Kemendag.go.id, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa sektor industri makanan dan minuman adalah tempat yang cukup digemari oleh masyarakat. Salah satu tempat yang sering didatangi oleh masyarakat adalah restoran yang merupakan tempat penyedia makanan dan minuman sebagai alternatif masyarakat Indonesia untuk menghilangkan lapar dengan cara yang mudah tanpa harus masak sendiri. Salah satu restoran yang cukup sering didatangi oleh masyarakat Indonesia adalah restoran *fast food*.

Restoran *fast food* merupakan salah satu tempat yang menyediakan berbagai makanan dan minuman yang cukup banyak dikunjungi oleh masyarakat Indonesia karena memiliki kelebihan yang cepat dalam penyajian dan pilihan yang tepat bagi masyarakat yang lebih suka makan makanan cepat saji dan praktis. Terdapat banyak restoran *fast food* yang cukup terkenal dan telah banyak dikunjungi oleh masyarakat Indonesia, diantaranya yaitu, KFC, McDonald's, Pizza Hut, HokBen, Burger King, *Richeese Factory* dan Yoshinoya. Dari banyaknya restoran *fast food* yang tersedia di Indonesia dapat menuntut para pelaku bisnis untuk mampu menawarkan produk yang berkualitas. Selain kualitas produk para pelaku bisnis juga harus memperhatikan *brand image* suatu produk agar tetap mampu bersaing di pasar dan lokasi yang tepat untuk menjangkau para konsumen yang tepat sasaran. Salah satu restoran *fast food* yang cukup terkenal di Indonesia adalah *Richeese Factory*. *Richeese Factory* merupakan restoran cepat saji yang didirikan oleh PT. Richeese Kuliner Indonesia dan merupakan bagian dari Nabati Group. *Richeese Factory* didirikan pertama kali pada tanggal 8 Februari 2011 di Bandung, Jawa Barat dengan menu utama yang terkenal yaitu ayam yang berlumur saus pedas dengan tingkat level yang berbeda beda. Dengan penerapan sistem pengelolaan keamanan pangan dan perbaikan berkesinambungan, *Richeese Factory* berhasil berinovasi untuk menghasilkan makanan dan minuman yang berkualitas. Hingga saat ini, gerai *Richeese Factory* mencapai 250 titik yang tersebar di berbagai kota di Indonesia. Salah satunya yaitu di Kota Jember.

Jember merupakan salah satu kabupaten yang terdapat di provinsi Jawa Timur. Terdapat berbagai potensi besar di berbagai sektor yang dimiliki kabupaten Jember, yaitu seperti pertanian, perikanan, kerajinan, dan wisata. Hal tersebut menjadi salah satu dampak positif yang dapat dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis untuk membuka usaha di Kota Jember. Salah satu gerai restoran *fast food* yang buka di Kota Jember yaitu *Richeese Factory* yang berdiri pada tanggal 9 November 2018 pada saat yang sama dengan dibukanya *shooping center* Transmart Jember yang kemudian berpindah lokasi pada tanggal 7 Juli 2025 yang berlokasi di JL. PB Sudirman, Pagah, Jemberlor, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember, Jawa Timur. Dengan banyaknya restoran *fast food* yang buka di Kota Jember maka semakin ketat juga persaingan yang akan dihadapi dan menjadi ancaman bagi perusahaan, untuk itu para pelaku bisnis dituntut untuk meningkatkan kinerja perusahaannya agar mampu bersaing dipasar. Untuk menghadapi ancaman tersebut perusahaan harus dapat menyusun strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan, salah satunya dengan cara meningkatkan kualitas produknya untuk mencapai keputusan pembelian konsumennya. Kualitas produk merupakan suatu pemahaman mengenai produk yang ditawarkan oleh pelaku bisnis yang memiliki nilai jual sesuai dengan kualitas yang tidak dimiliki oleh merek lain (Maharani, 2022). Kualitas produk juga berfungsi dan bermanfaat untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen (Puspita, 2021). *Richeese Factory* sendiri berhasil membangun kualitas produk yang baik dengan menyetarakan standar produk sehingga dapat bersaing dengan produk *fast food* yang berasal dari manapun dan mampu bertahan di dalam pasar. Namun, kualitas produk disini masih belum bisa dikatakan sebagai produk andalan karena kualitas produk di *Richeese Factory* masih beberapa mendapatkan kritikan terkait rasa dan tekstur serta makanan yang disajikan terkadang dingin. Oleh karena itu, untuk menghindari terjadinya penurunan pembelian maka perusahaan perlu mempertahankan dan meningkatkan produk agar pelanggan merasa puas.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yaitu *brand image*. *Brand image* merupakan suatu pandangan atau keyakinan yang dimiliki seseorang dalam suatu merek (Kurniawan *et.al* 2023). Ketika suatu *brand* memiliki *image* yang baik maka akan mempengaruhi para calon konsumen melakukan keputusan

pembelian. *Brand image* yang baik juga akan lebih mudah diingat oleh para konsumen dan akan mempengaruhi preferensi konsumen. *Richeese Factory* sendiri masih tergolong restoran pendatang baru dibandingkan dengan KFC dan McDonal's, yang dapat mempengaruhi pada *brand* yang mereka bangun karena masih belum terlalu banyak masyarakat yang mengetahui. Namun dengan menerapkan strategi pemasaran yang baik *Richeese Factory* berhasil membuat *brand* yang cepat dikenal dikalangan masyarakat.

Tabel 1. 1 Top Brand Restoran Fast Food 2024

No.	Brand	Top Brand Index	Keterangan
1.	KFC	23.60%	TOP BRAND
2.	McDonal's	14.30%	TOP BRAND
3.	Hokben	11.40%	
4.	Burger King	11.10%	
5.	Richeese Factory	6.70%	

Sumber: Top Brand Award

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa dari berbagai restoran *fast food* *Richeese Factory* masih tergolong memiliki index yang rendah. *Brand image* menjadi peran penting dalam mengembangkan suatu usaha agar memiliki reputasi yang baik, ketika suatu usaha memiliki reputasi yang baik akan menjadi pendorong utama untuk konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Hal ini tentunya menjadi masalah bagi *Richeese Factory* untuk terus memperkuat *brand imagenya* untuk meraih posisi pertama di pasar persaingan dan memutar otak agar *brand* mereka dapat diterima baik oleh masyarakat.

Keberhasilan perusahaan dalam mempengaruhi keputusan pembelian juga didorong oleh lokasi yang strategis dan kemudahan akses lokasi untuk dijangkau. Lokasi merujuk pada berbagai aktivitas pemasaran yang berupaya untuk memperlancar dan mempermudah penyaluran barang atau jasa dari produsen pada konsumen (Tjiptono, 2020). Lokasi *Richeese Factory* berada pada Jl. PB Sudirman, Pagah, Jemberlor, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember. Lokasi *Richeese Factory* ini bisa dikatakan strategis karena berada di pusat kota Jember dan berada pada jalur

lalu lintas utama yang selalu ramai dilalui kendaraan serta berdekatan dengan alun-alun Jember, sehingga masyarakat yang berkunjung di alun-alun Jember dan ingin membeli produk *Richeese Factory* dapat dengan mudah menjangkaunya, selain berdekatan dengan alun-alun Jember, *Richeese Factory* juga dekat dengan masjid, sekolah, dan perkantoran. Selain itu, akses lokasi yang berada pada pinggir jalan dapat dengan mudah dijangkau dan memudahkan para pelanggan untuk mengetahui lokasi tersebut. Namun, lokasi yang strategis belum cukup untuk membuat para konsumen terdorong melakukan keputusan pembelian. Hal ini disebabkan pada lokasi *Richeese Factory* yang saat ini terdapat keterbatasan area parkir terutama pada saat jam-jam sibuk yang dapat mengurangi kenyamanan konsumen dan padatnya lalu lintas pada Jl. PB Sudirman yang berpotensi menurunkan minat konsumen untuk mengunjungi *Richeese Factory*, sehingga berdampak pada pengurangan pengunjung restoran cepat saji, oleh karena itu, hal ini menjadi masalah yang cukup menarik untuk diteliti.

Berdasarkan fenomena dan teori yang telah dipaparkan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk, *brand image*, dan lokasi menjadi faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. *Richeese Factory* pada Kabupaten Jember sebagai salah satu restoran *fast food* perlu memahami sejauh mana pengaruh ketiga variabel tersebut dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, *brand image* dan lokasi terhadap keputusan pembelian. Sehingga hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak yang positif.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian pada *Richeese Factory* Kabupaten Jember?
2. Apakah *brand image* berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian pada *Richeese Factory* Kabupaten Jember?
3. Apakah lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian pada *Richeese Factory* Kabupaten Jember?

4. Apakah kualitas produk, *brand image*, dan lokasi berpengaruh secara serempak terhadap Keputusan pembelian pada *Richeese Factory* Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai, yaitu sebagai berikut:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada *Richeese Factory* Kabupaten Jember.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian pada *Richeese Factory* Kabupaten Jember.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada *Richeese Factory* Kabupaten Jember.
4. Menguji dan menganalisis apakah kualitas produk, *brand image*, dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada *Richeese Factory* Kabupaten Jember.

1.3 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang bersangkutan, diantaranya:

1. Bagi Perusahaan
Penelitian ini, diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan wawasan tentang strategi pemasaran secara lokal, terutama di wilayah Jember
2. Bagi Peneliti
Penelitian ini digunakan peneliti untuk mendapatkan gelar sarjana. Selain itu, penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman tentang teori pada bidang pemasaran.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, *brand image* dan lokasi terhadap keputusan pembelian.