

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara dengan populasi terbesar di dunia yang berada di kawasan Asia Tenggara, Indonesia telah mengalami perkembangan bisnis yang pesat. Menurut laporan Badan Pusat Statistik (BPS, 2025) populasi penduduk Indonesia tahun 2023 sebanyak 278.696.200 jiwa dan meningkat 1,04% pada tahun 2024. Bertambahnya jumlah penduduk dan berkembangnya zaman membawa perubahan pada gaya hidup, pola hidup dan kebutuhan masyarakat (Nuzuliati & Musyawarah, 2025). Faktor-faktor tersebut membuat konsumen lebih memilih segala sesuatu yang mudah, cepat dan praktis termasuk dalam memilih makanan. Perusahaan restoran seperti Burger King, McDonald's, Richeese Factory, KFC, Pizza Hut, Domino's Pizza dan CFC, sekarang ini merespon permintaan masyarakat akan kebutuhan makanan dengan menghadirkan makanan cepat saji atau *fast food*. Makanan cepat saji merupakan makanan yang dapat disediakan dan dilayani dengan teknik penyajian yang cepat. Keunggulan dari konsep restoran cepat saji adalah waktu penyajian yang lebih cepat dan praktis.

Restoran cepat saji umumnya menyediakan menu seperti burger, ayam goreng, kentang goreng dan minuman ringan, dengan berbagai pilihan paket menu yang sesuai akan kebutuhan konsumen. Pertumbuhan restoran cepat saji menyebabkan meningkatnya persaingan bisnis, hal ini menyebabkan perusahaan harus berupaya keras untuk menjaga kualitas produknya agar bisa memenuhi kebutuhan atau keinginan yang diharapkan oleh konsumen. Ketika konsumen merasa terpenuhi keinginannya, mereka cenderung membangun kepercayaan terhadap kualitas produk dan pelayanan yang diberikan, sehingga lebih mungkin untuk melakukan pembelian ulang di masa mendatang serta merekomendasikan kepada orang lain (Elmayuri & Is, 2024). Keputusan pembelian adalah sebuah perilaku yang dibuat oleh konsumen mengenai prefensi atas merek yang ada didalam kumpulan pilihan set mereka (Alamsyah & Cahyono, 2021).

Menurut Nurmono, (2022) nominal besaran harga memiliki dampak yang besar terhadap keputusan yang diambil oleh konsumen saat membeli. Apabila harga

ditetapkan terlalu tinggi, hal tersebut bisa menimbulkan efek negatif, seperti berkurangnya minat beli dari konsumen, penurunan volume penjualan, dan potensi ketidakmampuan perusahaan untuk menutupi biaya produksi. Dalam penelitian lain Liwandy *et al* (2025) mendapatkan hasil bahwa harga tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, hal tersebut terjadi jika produk memiliki suatu keunggulan dan ciri khas tersendiri, sehingga hal tersebut tidak dijadikan permasalahan dalam memutuskan pembelian.

Kualitas produk mengacu pada seberapa baik sebuah barang sehingga dapat memberikan nilai yang memuaskan bagi konsumen, baik secara fisik maupun psikologis (Tua *et al*, 2022). Produk yang dianggap berkualitas tinggi akan meningkatkan minat untuk membeli di awal, tetapi juga bisa menumbuhkan loyalitas konsumen dan meningkatkan kemungkinan mereka untuk membeli kembali (Alamsyah & Cahyono, 2021). Pratama *et al* (2024) kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian, apabila kualitas produk meningkat maka keputusan pembelian akan meningkat juga. Menurut Nurjamad dan Arumsari, (2023) kualitas produk merujuk pada semua yang bisa diberikan oleh produsen kepada konsumen seperti apa yang diminta, dicari dan digunakan.

Faktor ketersediaan fasilitas yang lengkap juga menjadi aspek penting dalam sebuah usaha kuliner untuk menunjang kenyamanan konsumen selama berada di restoran. Menurut Sari dan Hidayat, (2020) fasilitas yang memadai dan lengkap pasti akan lebih menarik konsumen untuk menentukan pilihan dalam mengunjungi dan berbelanja di tempat tersebut. Prasetyo *et al* (2021), menyampaikan bahwa fasilitas merupakan sesuatu yang ditawarkan oleh perusahaan atau penyedia layanan untuk membantu konsumen mendapatkan kenyamanan dan kepuasan ketika menggunakan produk atau layanan. Prathama dan Sutrisna, (2023), fasilitas yang baik dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian dan membuat konsumen merasa nyaman saat menyantap hidangan makanan, karena mereka juga menilai kenyamanan dan kualitas lingkungan usaha.

Proses pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen, memiliki beberapa tahapan, yaitu pengenalan terhadap masalah atau kebutuhan, pencarian informasi terkait alternatif produk, evaluasi terhadap berbagai pilihan yang tersedia,

pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian, dan diakhiri dengan evaluasi pasca pembelian yang berkaitan dengan kepuasan atau ketidakpuasan terhadap produk yang telah dikonsumsi (Dewi *et al*, 2023). Proses ini merupakan hasil dari cara konsumen memecahkan masalah, konsumen akan menilai berbagai pilihan untuk menemukan mana yang paling memenuhi kebutuhan mereka. Ponomban *et al* (2023) keputusan untuk membeli biasanya hanya dibuat jika produk atau layanan yang ditawarkan benar-benar cocok dengan yang mereka inginkan dan perlukan.

Objek penelitian ini merupakan pelaku usaha di bidang kuliner yaitu Burger King yang beralamatkan di Jl. Hayam Wuruk No. 50-58 Jember (Roxy Square Jember). Roxy Square Jember adalah sebuah mall atau pusat perbelanjaan yang diresmikan pada tahun 2012. Roxy Square Jember menawarkan beragam tenant seperti kuliner, fashion, furniture, elektronik, kecantikan, dan hiburan. Fasilitas penunjang kenyamanan pengunjung tersedia seperti, area parkir yang luas, sistem keamanan CCTV, musholla dan toilet yang bersih. Burger King membuka restorannya di Jember (Roxy Square) pada 20 November 2018, dengan menyediakan olahan cepat saji yang khusus menjual berbagai macam varian burger. Salah satu visi dari perusahaan dengan membuat konsumen merasa seperti raja yang diimplementasikan dalam bentuk menyajikan menu ala raja. Contoh restoran cepat saji di Kota Jember dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1 Restoran cepat saji yang ada di Jember

Nama Restoran	Alamat
Burger King	Jl. Hayam Wuruk No. 50-58, Jember (Roxy Square Jember) Lt.1
McDonald's	Jl. Hayam Wuruk No. 40A Jember
Richeese Factory	Jl. PB. Sudirman, Pagah, Jember Lor, Kec. Patrang, Jember
KFC	Jl. Gajah Mada No. 74 Jember dan Jl. Hayam Wuruk No. 50-58, Jember (Roxy Square Jember)
Pizza Hut	Jl. Letjend Suprpto No.111B Jember dan Jl. PB. Sudirman No. 7 Jember
Domino's Pizza	Jl. Letjend Suprpto No. 90 Jember
CFC	Jl. Trunojoyo No. 42, Sawahan Cantian, Kec. Kaliwates, Jember (Golden Market), Jl. Wijaya Kusuma No. 11, Kec. Jember Lor, Jember dan Jl. Gajah Mada No. 106, Kec. Kaliwates, Jember.

Sumber: Observasi Lapangan

Munculnya restoran cepat saji di Jember saat ini memaksa Burger King Roxy Square Jember untuk terus berkompetisi dan tetap eksis serta terus mengembangkan usaha mereka di tengah persaingan usaha kuliner terutama di Kota Jember. Upaya menghadapi ketatnya persaingan, Burger King Roxy Square Jember merespon dengan menghadirkan selera lokal masyarakat Indonesia yaitu dengan mengeluarkan berbagai produk olahan ayam. Burger King Roxy Square Jember menyediakan fasilitas layanan seperti layanan makan di tempat, bawa pulang, dan pengantaran online yang bisa dipesan melalui aplikasi Burger King Indonesia di Playstore serta situs web bkdelivery.co.id, selain itu Burger King juga bekerja sama dengan layanan pengantaran makanan seperti GoFood dan GrabFood. Strategi pemasaran yang tepat perlu diterapkan oleh Burger King Jember seperti, penentuan harga yang tepat, pengawasan kualitas produk yang baik serta ketersediaan fasilitas penunjang kenyamanan konsumen di restoran akan memberi kepuasan kepada konsumen dan akan memengaruhi keputusan pembelian di masa mendatang.



Gambar 1.1 Ulasan Konsumen Burger King Roxy Square Jember
Sumber: *E-Commerce Reviews* Burger King Roxy Square Jember

Berdasarkan Gambar 1.1 menunjukkan bahwa kualitas produk yang diberikan oleh Burger King Roxy Square Jember kurang maksimal sehingga produk yang diharapkan tidak sesuai dengan harapan konsumen. Burger King Roxy Square Jember telah berupaya memberikan pelayanan sebaik mungkin agar konsumen mendapatkan produk sesuai dengan harapannya, namun permasalahan yang dihadapi terkait kualitas produk yang diberikan mengakibatkan konsumen kecewa.

Hal tersebut membuat kurangnya kepuasan konsumen sehingga memengaruhi pertimbangan para konsumen untuk memutuskan dalam memilih restoran tertentu dan membuat persaingan dalam bisnis restoran cepat saji menjadi sangat ketat. Menurut Nilakandy *et al* (2021), jika suatu kebutuhan atau makanan dapat terpenuhi dengan baik meliputi cita rasa dan kenyamanan, maka akan menciptakan suatu keputusan pembelian dan cenderung melakukan pembelian ulang. Burger King Roxy Square Jember tentu harus melakukan evaluasi kembali agar dapat memberikan produk yang berkualitas sehingga harapan konsumen terpenuhi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Burger King Roxy Square Jember”, serta untuk memberikan masukan yang dapat digunakan oleh pihak manajemen dalam meningkatkan strategi pemasaran dan pelayanan kepada konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Burger King Roxy Square Jember?
2. Apakah variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Burger King Roxy Square Jember?
3. Apakah variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Burger King Roxy Square Jember?
4. Apakah variabel harga, kualitas produk, dan fasilitas berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk Burger King Roxy Square Jember?
5. Variabel manakah diantara harga, kualitas produk, dan fasilitas yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Burger King Roxy Square Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian produk Burger King Roxy Square Jember.

2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Burger King Roxy Square Jember.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh variabel fasilitas terhadap keputusan pembelian produk Burger King Roxy Square Jember.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh variabel harga, kualitas produk, dan fasilitas secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk Burger King Roxy Square Jember.
5. Untuk menguji dan menganalisis variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Burger King Roxy Square Jember.

1.4 Manfaat penelitian

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan berdampak positif bagi Burger King Roxy Square Jember, dan menjadi bahan masukan dalam merumuskan strategi penetapan harga, peningkatan kualitas produk, dan penyediaan fasilitas yang sesuai dengan preferensi konsumen.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi tambahan dalam melakukan penelitian dan dapat digunakan sebagai bahan acuan serta perbandingan bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian serupa.

3. Bagi Penelitian selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai dasar untuk studi lanjutan yang mempelajari masalah secara relevan. Selain itu, diharapkan adanya pengembangan penelitian dengan cara menambahkan variabel tambahan, memperluas cakupan penelitian, atau menggunakan berbagai metode penelitian. Tujuannya adalah untuk mencapai temuan yang lebih komprehensif dan beragam yang sejalan serta selaras dengan pemasaran.