

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Industri kuliner di Indonesia merupakan sektor yang strategis bagi perkembangan ekonomi di Indonesia. Kuliner bukan hanya produk konsumsi untuk memenuhi kebutuhan biologis manusia semata, namun juga saat ini menjadi sebuah gaya hidup baru di kalangan masyarakat. Pertumbuhan kuliner berkembang sangat pesat, semakin diminati masyarakat, semakin kreatif dan inovatif. Berdasarkan data yang didapat dari Kementerian Perindustrian Republik Indonesia menyatakan bahwa industri makanan dan minuman di Indonesia terus menunjukkan kinerja positif dengan tumbuh mencapai 9,82% atau sebesar Rp. 192.69 triliun pada triwulan III tahun 2016.

Salah satu industri bisnis kuliner yang banyak diminati adalah bisnis restoran cepat saji (*fastfood*) yang merupakan *trend* bisnis baru yang diminati oleh semua kalangan. Restoran cepat saji merupakan barang konsumsi yang banyak diminati oleh para konsumen. Hal tersebut dikarenakan restoran cepat saji menjanjikan sebuah kepraktisan ditengah kesibukan masyarakat saat ini. Bisnis makanan cepat saji adalah salah satu bisnis makanan dan minuman yang paling kompetitif dan berkembang pesat.

Saat ini khususnya di DKI Jakarta semakin banyak dijumpai berbagai restoran cepat saji baik itu restoran lokal maupun asing yang menawarkan berbagai jenis makanan dan minuman yang diminati oleh konsumen. Beberapa restoran cepat saji yang sudah terkenal dikalangan para konsumen antara lain KFC, MC Donald's, Hoka-Hoka Bento, A&W, dan CFC. Persaingan yang terjadi

menuntut restoran yang satu dan yang lain untuk memberikan sesuatu yang spesial dan memiliki ciri khas tersendiri dan mampu menangkap apa yang menjadi kebutuhan konsumen, serta memberikan pelayanan yang baik dan maksimal baik itu dari segi tempat, produk, harga dan promosi serta kualitas. Hal tersebut merupakan beberapa strategi yang harus dimiliki dan diperhatikan oleh sebuah restoran jika ingin dapat bersaing dengan restoran lain.

Salah satu restoran cepat saji yang berkembang saat ini adalah A&W. Restoran ini dikelola oleh Yum!brands yang didirikan pada tahun 1919 oleh seorang pengusaha bernama Roy W. Allen dan Frank Wright yang berkantor pusat di Lexington, Kentucky United States. Restoran A&W pertama kali masuk ke Indonesia pada tahun 1985 dan hingga saat ini memiliki lebih dari 207 gerai yang berada di sejumlah kota besar yang ada di Indonesia. Lisensi *franchise* A&W yang di Indonesia dipegang oleh PT. Biru Fast Food Nusantara ini telah mempunyai sertifikat halal yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Restoran A&W juga mempunyai bentuk pelayanan bagi para pelanggan yaitu dimulai dari adanya pelayanan *delivery order*, banyaknya berbagai menu makanan dan minuman yang bervariasi, fasilitas-fasilitas lainnya seperti *wifi* gratis dan tempat bermain anak-anak.

Saat ini konsumen memilih tempat makan bukan lagi sekedar untuk memenuhi rasa lapar, akan tetapi rumah makan juga seringkali dijadikan tempat untuk bersosialisasi dengan rekan bisnis, keluarga, teman, dan kenalan baru. Maka dari itu setiap perusahaan harus memperhatikan beberapa hal agar perusahaan dapat bertahan serta bersaing dengan perusahaan lain. Beberapa hal yang harus

diperhatikan oleh sebuah perusahaan yaitu kualitas produk yang diberikan, harga yang ditawarkan serta kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Kualitas Produk adalah karakteristik dari suatu produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan keputusan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Kualitas merupakan seberapa baik sebuah produk sesuai dengan kebutuhan spesifik pelanggan (Kotler dan Armstrong, 2008). Kualitas produk menjadi faktor penting yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Saat ini untuk memenangkan persaingan perusahaan harus memberikan kualitas produk yang baik, dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berubah-ubah dan sesuai dengan ekspektasi konsumen. Dari kualitas produk yang diberikan restoran A&W senantiasa meningkatkan, memperbaiki dan menyediakan berbagai menu yang bervariasi serta mengeluarkan produk-produk makanan dan minuman yang baru. Restoran A&W juga sudah mengantongi sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tahun 2013 yang dengan adanya sertifikat halal tersebut kepercayaan masyarakat terhadap restoran A&W semakin meningkat dan yang membuat konsumen tidak ragu lagi untuk melakukan keputusan pembelian.

Harga merupakan hal yang penting dan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian suatu produk. Harga yang ditetapkan suatu produk juga harus sesuai dengan kualitas produk itu sendiri sehingga ketika konsumen membeli suatu produk konsumen tersebut tidak akan kecewa dengan harga yang ditawarkan. Penetapan harga didalam persaingan bisnis produk makanan dan

minuman akan mempengaruhi permintaan dari suatu produk dan juga hal yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian suatu produk. Harga yang ditawarkan restoran A&W kepada konsumen untuk makanan dan minumannya yaitu mulai dari harga Rp. 5.000 sampai dengan Rp. 45.000.

Kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen. Jika kualitas pelayanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan, maka layanan yang diberikan tersebut dapat dikatakan berkualitas dan memuaskan (Parasuraman, et al, 2006). Kualitas pelayanan merupakan faktor yang amat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Kualitas pelayanan yang diberikan restoran A&W kepada para konsumen cukup baik, karyawan melayani dengan cepat dan tepat pesanan konsumen, akan tetapi ketika banyak konsumen yang datang karyawan A&W agak lambat dalam melayani pesanan konsumen dikarenakan kurangnya jumlah kasir yang tersedia.

Tabel 1.1
Hasil Kuesioner Pra-survey

No.	Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	Setuju	Tidak Setuju	Total
1	Kualitas produk	6	14	20
2	Harga	9	11	20
3	Kualitas pelayanan	8	12	20

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2017

Berdasarkan tabel 1.1 menyatakan bahwa hasil kuesioner pra-survey terhadap 20 responden mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di restoran A&W mall ciputra, yang menanyakan atau menyatakan tentang kualitas pelayanan yang diberikan oleh A&W, yaitu karyawan A&W melayani

pesanan konsumen dengan cepat, tepat, sopan dan ramah, menunjukkan bahwa sebanyak 8 orang (40%) responden menyatakan setuju terhadap kualitas pelayanan yang diberikan restoran A&W, Sedangkan 12 orang (60%) responden menyatakan tidak setuju terhadap kualitas pelayanan yang diberikan restoran A&W.

Tabel 1.2

Data Keluhan Konsumen A&W tahun 2017

Kualitas Produk	Harga	Kualitas Pelayanan
Ukuran atau potongan ayam yang kecil.	Harga terbilang mahal untuk kualitas produk yang kurang bagus.	Pelayanan yang diberikan lambat ketika pengunjung yang datang banyak.
Terkadang daging ayam yang disajikan kurang matang dan kurang <i>crisp</i> .	Jika ingin mengganti minuman yang sudah ada dalam paket yang dibeli dengan minuman yang lain konsumen harus menambah uang sekitar Rp. 5.000.	Terkadang pelayan mengobrol dengan pelayan lainnya ketika sedang melayani konsumen.
Rasa dan varian minuman yang kurang banyak dan kurang disukai	Harganya yang kurang terjangkau untuk kalangan menengah ke bawah	Konsumen juga harus menunggu lama untuk makan yang baru dimasak ketika dipesan.
Sup ayam yang disediakan terkadang isinya lebih banyak tomatnya dibanding daging ayamnya		Kurangnya jumlah kasir yang tersedia

Sumber : Data diolah oleh penulis, 2017

Berdasarkan tabel 1.2 di atas, menyatakan bahwa konsumen A&W Mall Ciputra Jakarta Barat memiliki beberapa keluhan mengenai kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan. Dapat dilihat dari keluhan tersebut, konsumen A&W mengeluhkan tentang harga yang ditawarkan oleh A&W hal ini dikarenakan harga yang ditawarkan terbilang mahal untuk kualitas produk yang diberikan, harga yang kurang terjangkau untuk kalangan menengah ke bawah, serta dikarenakan konsumen harus menambah uang jika ingin mengganti minuman yang sudah ada di dalam paket yang dipesan. Maka dari itu dari keluhan konsumen tersebut A&W dituntut untuk selalu berusaha untuk menyesuaikan harga yang ditawarkan dengan ekspektasi konsumen agar konsumen tidak ragu lagi ketika akan melakukan keputusan pembelian.

Tabel 1.3

Touch Point Paling Sensitif Kategori Restoran Cepat Saji

Customer Experience	KFC	Pizza Hut	Mc Donald's	HokBen	A&W
Iklan/promosi	7,22	5,07	7,13	5,98	6,01
Tampilan fisik restoran	6,46	6,14	4,54	5,48	6,85
Kelengkapan pilihan makanan	6,16	6,90	6,53	6,31	7,01
Antrian kasir	7,14	6,59	7,77	6,86	6,57
Interaksi dengan kasir	7,65	7,68	6,53	7,55	7,01
Proses pembayaran	7,21	7,48	6,97	7,39	7,12
Kebersihan tempat makan	7,88	7,54	7,11	7,81	6,42
Fasilitas tempat makan (<i>wifi</i> , etc)	7,82	7,03	5,83	7,45	6,22

Customer Experience	KFC	Pizza Hut	Mc Donald's	HokBen	A&W
Kenyamanan tempat makan	6,86	7,41	7,14	5,10	6,15
Kualitas makanan	7,07	6,62	6,33	5,55	6,25
Average	7,15	6,85	6,59	6,55	6,56

Sumber : Majalah SWA dan Hachiko, 2017

Berdasarkan tabel 1.3 di atas menyatakan bahwa untuk kualitas makanan atau kualitas produk A&W berada di urutan no.4 dengan presentase sebesar 6,25%, hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang dimiliki oleh kurang baik jika dibandingkan dengan KFC, Pizza Hut dan Mc Donald's. Berdasarkan uraian yang telah dibahas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian A&W (Studi Kasus di Restoran A&W Mall Ciputra Jakarta Barat)”**.

1.2. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka hasil identifikasi masalah adalah sebagai berikut :

1. Adanya persaingan dalam industri kuliner yang sekarang semakin meningkat menyebabkan setiap perusahaan harus merumuskan strategi-strategi yang tepat agar tetap bertahan dalam persaingan.
2. Dari hasil kuesioner pra-survey yang dilakukan yang menyatakan tentang kualitas pelayanan yang diberikan karyawan A&W cepat, tepat serta karyawan melayani konsumen dengan sopan dan ramah, yaitu sebanyak 12 orang responden menyatakan tidak setuju terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh A&W kepada konsumen.

3. Banyak konsumen yang mengeluh tentang harga yang ditawarkan dikarenakan harga yang ditawarkan terbilang mahal untuk kualitas produk yang diberikan serta harga yang ditawarkan kurang terjangkau untuk konsumen kalangan menengah ke bawah.
4. Pada *touch point* paling sensitif kategori restoran cepat saji kualitas produk atau makanan A&W berada di urutan no. 4 dengan presentase sebesar 6,25% hal ini menyatakan bahwa kualitas makanan atau kualitas produk A&W kurang baik dibandingkan dengan restoran sejenis lainnya.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Mengingat keterbatasan informasi, waktu dan biaya maka peneliti membatasi permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Fokus penelitian ini adalah mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas produk (X1) harga (X2) dan kualitas pelayanan (X2) sebagai variabel independen terhadap keputusan pembelian (Y) sebagai variabel dependen.
2. Penelitian ini dilakukan di restoran A&W Mall Ciputra Jakarta Barat.

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Restoran A&W Mall Ciputra Jakarta Barat ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Restoran A&W Mall Ciputra Jakarta Barat ?

3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Restoran A&W di Mall Ciputra Jakarta Barat ?
4. Apakah kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian Restoran A&W di Mall Ciputra Jakarta Barat ?
5. Apakah kualitas produk yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Restoran A&W di Mall Ciputra Jakarta Barat ?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Restoran A&W di Mall Ciputra Jakarta Barat.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Restoran A&W di Mall Ciputra Jakarta Barat.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Restoran A&W di Mall Ciputra Jakarta Barat.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Restoran A&W di Mall Ciputra Jakarta Barat.
5. Untuk mengetahui kualitas produk yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Restoran A&W di Mall Ciputra Jakarta Barat.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Bagi Penulis

Adapun manfaat penelitian bagi penulis adalah :

- a. Dapat digunakan untuk menerapkan ilmu yang telah diterima dibangku kuliah ke dunia usaha yang sebenarnya.
- b. Dapat menambah dan memperluas wawasan penulis mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Restoran A&W.

1.5.2. Bagi Pembaca

Adapun manfaat penelitian bagi pembaca adalah :

- a. Dapat digunakan sebagai bahan penambah ilmu pengetahuan mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan dan terhadap keputusan pembelian di Restoran A&W.
- b. Dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan untuk melakukan penelitian di masa yang akan datang.

1.5.3. Bagi Perusahaan

Adapun manfaat penelitian bagi perusahaan adalah :

- a. Dapat memberikan kontribusi dalam pengambilan kebijakan yang berkaitan dengan upaya membangun hubungan baik dengan pelanggan.
- b. Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, sehingga dapat menjadi masukan bagi Restoran A&W untuk

mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.