

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan bisnis makanan dan minuman masih tercatat sebagai bisnis yang mengalami pertumbuhan tinggi di berbagai belahan dunia. Banyak bermunculan outlet yang menawarkan produk makanan dan minuman dalam berbagai bentuk. Hal ini disebabkan makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok yang harus dipenuhi semua orang. Pesatnya pertumbuhan industri jasa makanan memicu munculnya restoran cepat saji.

Menjamurnya restoran cepat saji membuat masyarakat mudah menikmati makanan yang disajikan secara cepat. Terkait dengan kebutuhan primer manusia jenis usaha tempat makan menjadi salah satu bisnis yang menjanjikan. Budaya makan diluar rumah, tingkat konsumeris yang tinggi dan jadwal kerja manusia yang padat membuat masyarakat lebih memilih untuk makan di restoran. Melihat besarnya peluang ini, para pengusaha termotivasi untuk memulai bisnis restoran yang menjual makanan dan minuman yang disesuaikan dengan kebutuhan mayoritas masyarakat. Industri pangan bukan lagi hanya dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan biologis namun juga menjadi sarana hiburan dan gaya hidup baru dikalangan masyarakat. Bisnis kuliner dimassa kini harus mementingkan cita rasa dan melihat kebutuhan konsumen.

Seiring dengan perkembangan tersebut, semakin banyak para pelaku usaha mendirikan usaha kuliner dalam berbagai bentuk mulai dari pedagang kaki lima, warung rumah makan, hingga restoran waralaba (*franchise*). Banyaknya restoran *franchise* dengan konsep *fast food* yang berdiri di Kota Berastagi, Kabupaten Karo, Provinsi Sumatera Utara membuat para pelaku usaha bersaing dengan restoran yang lainnya. Persaingan tersebut menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerjanya agar dapat memenangkan persaingan bisnis. Ketatnya persaingan bisnis membuat pemilik usaha harus jeli terhadap peluang yang ada dan dituntut untuk mampu menerapkan strategi pemasaran yang matang agar mampu untuk bersaing di dalam dunia bisnis.

## 1

Keputusan pembelian merupakan tujuan utama yang ingin dicapai para pemilik usaha, dimana konsumen akan rela mengeluarkan uang untuk mendapatkan produk yang diinginkan. Perusahaan harus mampu memahami keinginan konsumen karena konsumen merupakan kunci keberhasilan suatu usaha. Agar dapat mempengaruhi keputusan konsumen, sehingga mau membeli apa yang ditawarkan oleh pemasar maka pemasar perlu memiliki pemahaman yang mendalam mengenai konsumen. Menurut Siti Nur Azizah (2020) Keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people and process*, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa response yang muncul produk apa yang akan dibeli. Faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian diantaranya adalah kualitas produk. Menurut Dita Puspita Sari (2022) Kualitas produk adalah keandalan yang terwujud dari produk dalam merepresentasikan fiturnya, cakupan di dalamnya antara lain, *durability*, *reliability*, ketepatan, kesederhanaan dalam pengoperasian, serta atribut produk lainnya. Di era modern saat ini banyak rumah makan yang memiliki keunggulan dan keunikan tersendiri yang membuat produk yang mereka miliki menarik dan berbeda dengan rumah makan lainnya mulai dari rumah makan kecil sampai rumah makan yang besar. Produk yang dijual hendaknya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk yang berkualitas dari segi rasa yang enak, tampilan yang menarik dan menu makanan yang beragam akan membuat konsumen tertarik dan mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut. Sebaliknya apabila produk yang ditawarkan tidak sesuai dengan keinginan konsumen, maka konsumen akan berpikir dua kali untuk membeli kembali produk tersebut.

Bisnis kuliner juga harus memiliki kualitas produk yang baik dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen. Setiap menjalankan proses bisnis kuliner haruslah berkaitan dengan upaya mengembangkan produk yang tepat dimana produk yang ditawarkan harus memiliki kualitas yang baik dan diharapkan sesuai dengan pelayanan yang diberikan. Dengan kualitas produk yang baik suatu

perusahaan dapat mempertahankan usahanya dan mampu bersaing dengan pesaing lainnya.

Selain itu, faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas pelayanan dalam upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampainnya dalam mengimbangi harapan konsumen. Menurut Gede Parmayasa (2023) Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan dan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik produk atau jasa yang dapat memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung.

Bagi restoran cepat saji yang bergerak dibidang bisnis, kualitas pelayanan (*servicequality*) menjadi suatu hal yang penting. Pelayanan yang berkualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan restoran dengan demikian restoran dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Pertimbangan pelayanan berkaitan dengan kualitas yang pantas sehingga dapat memuaskan keputusan pembelian konsumen yang berkunjung

Pada saat ini kuliner sedang menjadi suatu kebutuhan masyarakat yang mempunyai bermacam-macam menu makanan salah satunya *fried chicken*. *Fried chicken* akhir-akhir ini mengalami peningkatan pembelian. Kreativitas penjual untuk membuat varian dari rasa saos dan sambal yang membuat konsumen tertarik. Salah satu kuliner *fried chicken* yang bergerak dalam makanan cepat saji di Kota Berastagi yaitu Aladi *fried chicken* yang menyajikan olahan masakan berbahan dasar daging ayam. Berlokasi di kawasan Pasar Buah Berastagi yang tempatnya mudah untuk

dijangkau membuat rumah makan ini tidak pernah sepi pengunjung terutama pada hari Sabtu dan Minggu khususnya pada hari libur. Walaupun Aladi *fried chicken* tidak pernah sepi dengan pengunjung, tetapi dalam hal memasarkan produk *fried chicken* ini masih terdapat kendala dimana berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Bobby Gunawan Harefa selaku pemilik usaha Aladi *fried chicken* menyatakan beberapa tahun terakhir terjadi penurunan jumlah penjualan produk *fried chicken*. Adapun jumlah penjualan produk *fried chicken* dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 1.1 Jumlah Penjualan Produk *Fried Chicken***

Tahun	Jumlah Penjualan Produk
2020	11.500 Porsi
2021	13.000 Porsi
2022	12.100 Porsi

Dari tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa adanya penurunan jumlah penjualan produk *fried chicken* dimana jumlah pada 2020 sebanyak 11.500 porsi terjual, tahun 2021 sebanyak 13.000 porsi terjual dan pada tahun 2022 adanya penurunan penjualan produk *fried chicken* dimana produk yang terjual hanya sebanyak 12.100 porsi.

Terjadinya penurunan jumlah penjualan produk *fried chicken* disebabkan karena Aladi *fried chicken* mempunyai permasalahan mengenai kualitas pelayanan yang menurun, dimana berdasarkan hasil wawawancara dan pengamatan peneliti dengan pelanggan di Aladi *fried chicken* Berastagi, mereka menilai bahwa : 1) Karyawan yang kurang cepat dalam menyajikan makanan yang dipesan oleh konsumen, 2) Pengunjung yang sudah lama mengantri terkadang terserobot dengan pengunjung yang baru datang, 3) Penataan meja yang kurang teratur dan cenderung terlalu dekat, dan 4) Perlengkapan toilet dan jumlah toilet yang masih kurang

Kualitas pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk keputusan pembelian. Oleh karena itu Aladi *fried*

*chicken* banyak didatangi dan diminati oleh konsumen dalam hal melakukan keputusan pembelian. Jika dilihat dari data pengunjung Aladi *fried chicken* sebagai berikut :

**Tabel 2.1 Jumlah Penjualan Produk *Aladin Fried Chicken***

Bulan	2020	2021	2022
Januari	1,360	1,750	1,300
Februari	950	1,000	950
Maret	900	980	950
April	600	850	790
Mei	700	870	850
Juni	1,200	1,400	1,290
Juli	900	980	897
Agustus	880	900	973
September	960	900	950
Oktober	950	1,120	1,000
November	950	900	900
Desember	1,150	1,350	1,250
Total Konsumen selama 1 Tahun	11,500	13,000	12,100

Dari tabel 2.1 diatas dapat dilihat bahwa penjualan produk Aladin *fried chicken* mengalami peningkatan jumlah konsumen dari bulan oktober sampai februari. Sedangkan pada bulan juli dan September jumlah konsumen pada Aladi *fried chicken* mengalami penurunan namun pada bulan agustus mengalami peningkatan tapi kembali lagi mengalami penurunan pada bulan September sampai dengan Desember.

Berdasarkan hal di atas bahwa masalah yang dialami oleh usaha Aladi *fried chicken* terletak pada kualitas produk dan kualitas pelayanan. Pelanggan merasa tidak puas akan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang berikan sehingga keputusan pembelian ulang terhadap *fried chicken* rendah. Berdasarkan hal tersebut, penulis melakukan penelitian lebih lanjut dalam bentuk penelitian skripsi dengan judul :

Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan  
Terhadap Keputusan Pembelian Di Aladin Fried Chicken Berastagi

## 1.2 Identifikasi Masalah

1. Banyaknya persaingan dengan kualitas rasa yang tinggi di sekitar lokasi Aladin *fried chicken* pada tahun 2022
2. Kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen belum maksimal

- a. Karyawan yang kurang cepat dalam menyajikan makanan yang dipesan oleh konsumen
  - b. Pengunjung yang sudah lama mengantri terkadang terserobot dengan pengunjung yang baru datang
3. Masih rendahnya keputusan pembelian terbukti dengan data penjualan produk *Aladi fried chicken* mengalami penurunan.

### 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka penulis membatasi masalah agar pembahasan yang dilakukan lebih terarah, maka peneliti membatasi masalah penelitian ini pada masalah kualitas produk, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian di Aladin *Fried Chicken* Berastagi.

### 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Aladin *fried chicken* Berastagi ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Aladin *Fried Chicken* Berastagi ?
3. Apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Aladin *Fried Chicken* Berastagi ?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian di atas maka tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Aladin *fried chicken* Berastagi
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Aladin *Fried Chicken* Berastagi
3. Untuk mengetahui apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Aladin *Fried Chicken* Berastagi

### **1.6 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Aladin *Fried Chicken* Berastagi  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak manajemen untuk menentukan langkah-langkah yang tepat dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian dengan cara memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk dan kualitas pelayanan. Penelitian ini pun diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi yang dapat dipertimbangkan oleh Aladin *Fried Chicken* sehingga dapat dipergunakan dalam menentukan kebijakan kedepannya.
2. Bagi peneliti  
Menambah pengetahuan, wawasan, dan pemahaman tentang keputusan pembelian dengan menggunakan pengamatan terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan
3. Bagi peneliti selanjutnya  
Bagi peneliti selanjutnya penelitian ini dapat menjadi referensi dalam melakukan penelitian yang sama dimasa yang akan datang