

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Di era persaingan bisnis makanan sekarang mengalami perkembangan yang baik. Karena semakin banyak perkembangan teknologi, semakin banyak pula jenis makanan yang muncul. Seperti saat ini sedang marak makanan yang berjenis siap saji (*fast food*). Bisnis ini banyak pengusaha yang berminat untuk menjalankannya, selain menghasilkan keuntungan juga banyak dicari oleh konsumen karena praktis. Dengan bertambah banyak bisnis makanan siap saji yang timbul persaingan semakin ketat. Bagi pengusaha ketatnya persaingan perusahaan harus membuat perencanaan yang terkait dalam produk untuk menarik konsumen agar memutuskan membeli produk tersebut. Mulai dari harga, kualitas produk dan citra merek. Karena itu ketiga faktor yakni harga, kualitas produk dan citra merek dianggap memiliki pengaruh pada keputusan pembelian konsumen makanan siap saji.

Sidoarjo merupakan kota pengembangan dari kota Surabaya dengan jumlah penduduk yang cukup banyak sehingga para pebisnis maupun pengusaha tertarik untuk melakukan bisnis di kota Sidoarjo, terutama usaha tempat makan siap saji. Disisi lain perkembangan jumlah outlet, rumah makan dan restoran di kota Sidoarjo makin berkembang.

Terkait dengan proses pengambilan keputusan pembelian maka konsumen memanfaatkan sumber daya yang tersedia (waktu, usaha, uang) guna untuk membeli

produk khususnya produk *Hisana Fried Chicken* dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Keputusan merupakan tahap dalam proses pembelian produk *Hisana Fried Chicken*, dimana konsumen benar-benar tertarik membeli produk tersebut. Menurut Swasta dan Irawan dalam Sandy dan Irvan (2015) mengemukakan keputusan konsumen adalah motif atau dorongan yang timbul terhadap sesuatu dimana pembeli melakukan pembelian disebabkan adanya kebutuhan dan keinginan. Ketika konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk, Konsumen akan melihat dari segi kesesuaian harga produk, terjaminnya kualitas, atau melihat dari citra merek yang sudah dikenal dalam kalangan masyarakat.

Fenomena yang ada di *Hisana Fried Chicken* Kecamatan Candi Sidoarjo menunjukkan, konsumen memutuskan membeli produk *Hisana Fried Chicken* karena harga yang terjangkau, merasa puas dengan kualitas yang terjamin dan konsumen yang membeli produk berdasarkan citra merek yang sudah dikenal. Namun sebaliknya *Hisana Fried Chicken* pada setiap harinya tidak sesuai dengan kenyataan karena harapan yang diinginkan oleh pengusaha *Hisana Fried Chicken* kurang begitu memenuhi target. Oleh sebab itu fenomena ini menjadikan pemikiran bagi pengusaha *Hisana Fried Chicken*. Sedangkan hasil penelitian menurut Ong dan Sugiharto (2013) bahwa keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap harga, kualitas produk dan citra merek.

Menurut Tandjung dalam Achidah, dkk (2016) harga adalah jumlah uang telah disepakati oleh calon pembeli dan penjual untuk ditukar dengan barang atau jasa dalam transaksi bisnis normal. Harga merupakan salah satu bauran pemasaran yang dapat digunakan perusahaan untuk

mencapai tujuan pemasaran. Oleh sebab itu, kebijakan produk yang baik tidak akan menghasilkan sesuatu bila kebijakan tentang harga tidak ikut diperhatikan. Karena itu pengusaha harus teliti dalam menetapkan harga produk. harga mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, semakin tinggi harga maka keputusan pembelian semakin rendah, sebaliknya jika harga semakin rendah keputusan pembelian berubah semakin tinggi.

Fenomena harga terhadap keputusan pembelian ditawarkan relatif murah dan sangat bervariasi. Sedangkan Hisana *Fried Chicken* lebih menawarkan paket harga untuk membantu konsumen dalam memilih produk yang sesuai dengan uang saku, apabila konsumen membeli dengan paket harga maka konsumen dapat potongan harga dibandingkan konsumen membeli satu per satu dari produk Hisana *Fried Chicken*. Oleh sebab itu harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian menurut Achidah dkk (2016) bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selain mengenai harga aspek yang perlu diperhatikan adalah kualitas produk. Konsumen akan mempertimbangkan kualitas untuk dikonsumsi. Jika produk yang dijual terjamin kualitasnya maka konsumen tidak akan ragu untuk membeli produk tersebut dan sebaliknya jika kualitasnya tidak terjamin maka konsumen akan ragu untuk membeli produk tersebut. Kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian untuk pemahaman produk yang ditawarkan penjual agar memiliki nilai jual yang terjamin kualitasnya. Menurut Assauri dalam Ong dan Sugiharto (2013) mengatakan bahwa kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang

menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil itu dimaksudkan.

Fenomena kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen, Hisana *Fried Chicken* lebih berfokus pada kualitas produk yang dijual kepada konsumen. Karena kualitas produk di Hisana *Fried Chicken* sudah terjamin higienis sehingga aman untuk dikonsumsi, jadi konsumen tidak perlu khawatir kualitas produk yang ada di Hisana *Fried Chicken*. Namun fenomena harapan yang diinginkan oleh pengusaha Hisana *Fried Chicken* belum terpenuhi karena pelanggan atau pengunjung belum menunjukkan tanda-tanda peningkatan dalam memutuskan pembelian Hisana *Fried Chicken*. Sedangkan hasil penelitian Lotulung dkk (2015) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Menurut Rangkuti dalam Ong dan Sugiharto (2013) Citra Merek adalah sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk di benak konsumen. Bagi konsumen citra merek bermanfaat untuk menciptakan mutu dan memberi perhatian terhadap produk-produk yang ada di perusahaan tersebut. Konsumen beranggapan bahwa merek yang terkenal dipasaran lebih terpercaya dibandingkan dengan merek yang kurang populer dipasaran, karena merek yang populer di pasaran memberikan informasi yang lengkap dibandingkan dengan merek yang cenderung tertinggal di pasaran. Bagi penjual sendiri, merek merupakan keistimewaan atau ciri khas produk yang akan memberikan perlindungan hukum tersendiri terhadap produk itu. Dengan adanya merek maka konsumen akan mudah membedakan karakteristik dari masing-masing produk.

Keputusan konsumen sangat dipengaruhi oleh keputusan orang terhadap merek tertentu. Selanjutnya keputusan ini membentuk citra terhadap merek, produk dan orang yang akan memutuskan untuk membeli produk tersebut. Faktor lain yang berperan dalam keputusan pembelian yaitu citra merek (brand image). Citra merek merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek, dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek.

Fenomena citra merek terhadap keputusan pembelian pada *Hisana Fried Chicken* konsumen sudah banyak yang mengetahui merek tersebut, namun kenyataan tidak sesuai harapan yang diinginkan oleh pengusaha *Hisana Fried Chicken* karena keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk *Hisana Fried Chicken* tidak berdampak pada citra merek. Oleh sebab itu, sebagai pengusaha *Hisana Fried Chicken* perlu melakukan ketelitian yang lebih mendalam dalam merubah dan meningkatkan citra *Hisana Fried Chicken* di Kecamatan Candi Sidoarjo. Hasil penelitian Supriyadi dkk (2017) menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Dari latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen *Hisana Fried Chicken* Di Kecamatan Candi, Sidoarjo)”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena diatas, maka dapat ditemukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (studi pada konsumen Hisana *Fried Chicken* di Kecamatan Candi Sidoarjo)?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (studi pada konsumen Hisana *Fried Chicken* di Kecamatan Candi Sidoarjo)?
3. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (studi pada konsumen Hisana *Fried Chicken* di Kecamatan Candi Sidoarjo)?
4. Apakah Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (studi pada konsumen Hisana *Fried Chicken* di Kecamatan Candi Sidoarjo)?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka ada tujuan dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui dan menganalisa Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (studi pada konsumen Hisana *Fried Chicken* di Kecamatan Candi Sidoarjo).
2. Untuk mengetahui dan menganalisa Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (studi pada konsumen Hisana *Fried Chicken* di Kecamatan Candi Sidoarjo).
3. Untuk mengetahui dan menganalisa Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (studi pada konsumen Hisana *Fried Chicken* di Kecamatan Candi Sidoarjo).

4. Untuk mengetahui dan menganalisa Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (studi pada konsumen Hisana *Fried Chicken* di Kecamatan Candi Sidoarjo).

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dengan tujuan dilakukannya penelitian ini, maka manfaat yang diharapkan dapat diperoleh adalah :

##### **1. Manfaat Teoritis**

Dalam hasil penelitian ini diharapkan memberikan wawasan dan kajian mengenai teori harga, kualitas produk, citra merek dan keputusan pembelian agar dapat mendukung dalam penelitian ini.

##### **2. Manfaat Praktis**

###### **a. Bagi Perusahaan**

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas tentang pentingnya bagi Hisana *Fried Chicken* dalam mengutamakan Harga yang sesuai dengan konsumen, menjaga Kualitas Produk untuk bisa menambah penjualan, agar lebih terkenal lagi citra merek kepada konsumen tersebut dan terdorong untuk melakukan Keputusan Pembelian yang dapat membantu pencapaian tujuan dari Hisana *Fried Chicken*.

###### **b. Bagi Peneliti**

Diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian dan dapat mempraktekkan teori yang selama ini peneliti dapatkan di bangku kuliah pada keadaan yang sebenarnya pada perusahaan.

- c. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya  
Sebagai lembaga pendidikan tinggi yang mencetak calon-calon sarjana sesuai dengan bidangnya, maka kegiatan penelitian melalui mahasiswanya merupakan bentuk kepedulian dan pengabdian.
- d. Bagi Pihak Lain  
Dalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk menambah pengetahuan dan sekaligus sebagai bahan perbandingan untuk penelitian yang serupa.