



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era saat ini yang sudah semakin canggih dan semakin berkembang kearah modern dengan adanya globalisasi. Adanya globalisasi membuat semua hal menjadi berbeda dari jaman ke jaman, semakin berkembangnya jaman semakin terasa adanya perbedaan dalam gaya hidup salah satunya, sebuah gaya hidup masyarakat yang mendorong hidup yang praktis dan semua menjadi serba instan, salah satunya adalah dalam hal mengkonsumsi sebuah makanan atau minuman. Pada era yang berkembang ini dapat dilihat bahwa semua masyarakat berlomba-lomba dalam menciptakan sebuah inovasi karena itu terciptalah sebuah persaingan dalam sebuah bisnis yang membuat para pembisnis harus bekerja keras dalam menciptakan suatu produk untuk memenuhi kebutuhan para konsumen. Saat ini banyak perusahaan yang tertarik dalam bidang industri makanan dan minuman, jika dilihat sektor industri makanan dan minuman saat ini merupakan salah satu penyumbang kontribusi terbesar terhadap sektor industri pengolahan nonmigas pada triwulan II pada tahun 2021 yang saat ini mencapai sebesar 38,42% dan juga memberikan kontribusi pada PDB (produk domestik bruto) nasional mencapai sebesar 6,66% (Kementerian Perindustrian, 2021).

Pendapatan yang diterima dalam sektor ini dapat bertumbuh 4-5% pada tahun ke tahun, industri makanan dan minuman memberikan sebuah dampak positif yang sangat luas untuk perekonomian nasional. Seperti peningkatan nilai melalui hilirisasi, memberikan devisa dari para investor dan menyerap banyak tenaga kerja (Direktur Jenderal Industri Agro Kementian Perindustrian), ini menunjukkan bahwa pada era saat ini masyarakat cenderung mengkonsumsi



makanan atau minuman. Manusia mempunyai tiga kebutuhan pokok dalam kehidupannya seperti ; sandang, papan, dan pangan, itu tiga hal yang tidak bisa dihindarkan oleh manusia, pangan menjadi sebuah kebutuhan penting untuk manusia, tanpa makanan manusia tidak akan dapat beraktivitas dan tidak memiliki tenaga, karena itu semakin majunya era ini mendorong teknologi semakin maju dan juga makanan cepat saji (*fast food*) yang beredar dengan cepat. Era ini membuat perusahaan menciptakan produk yang menjadi kebutuhan yang sangat diperlukan oleh konsumen, makanan dan minuman cepat saji membuat masyarakat semakin terdorong hidup instan dan praktis, maka itu dalam sektor ini membuat perusahaan akan memaksimalkan produk yang diproduksi sehingga dapat memberikan suatu dampak terhadap pembelian konsumen.

Fast food salah satu pilihan yang disukai banyak orang dan disetiap kalangan, dengan banyaknya jumlah penduduk di Indonesia usaha makanan cepat saji adalah usaha yang sangat menjanjikan. Dalam menyajikan produk yang disukai dan menjadi suatu kebutuhan penting untuk masyarakat adalah salah satu fokus yang penting dalam sebuah bisnis, karena suatu bisnis memerlukan suatu strategi dalam menarik konsumennya dan melihat apa yang sangat disukainya, suatu barang atau jasa yang diproduksi oleh suatu perusahaan untuk konsumen harus dapat bertahan dan bersaing dengan kompetitorinya. Saat perusahaan tersebut memasarkan suatu produk atau jasanya. Salah satu faktor yang membuat seseorang membuat keputusan dalam membeli suatu produk adalah mereka melihat bagaimana kualitas produk tersebut dan juga harga yang ditawarkan apakah sesuai dengan produknya serta promosi yang ditawarkan. Perusahaan yang memiliki kualitas yang baik dengan produknya yang akan bertumbuh dan berkembang pesat dalam jangka panjang serta dapat unggul dari kompetitorinya

Makanan dan minuman salah satu sektor industri yang berkembang dengan pesat. Perkembangan ini terlihat dari banyaknya para investor atau pengusaha menanamkan modalnya



untuk bisnis makanan. Cara bagaimana sebuah perusahaan mempunyai kekuatan dalam usaha ini yaitu dengan bagaimana cara perusahaan itu memberikan nilai tambah yang berbeda akan produk makanan dan minumannya yang akan mereka berikan kepada setiap konsumen, contohnya adalah Indonesia. Indonesia adalah negara yang memiliki sejuta kuliner dari setiap daerahnya tetapi selain makanan asli yang dimiliki Indonesia (*Indonesian Food*), ada beberapa atau mungkin banyak juga bisnis kuliner asing yang masuk ke Indonesia yaitu salah satunya adalah makanan cepat saji atau yang biasa disebut *fast food*, jika dilihat dari semua *brand* makanan cepat saji, McDonald's adalah salah satu *brand* makanan cepat saji yang memiliki kedudukan posisi kedua dan KFC adalah posisi satu sebagai *top brand* makanan cepat saji. Makanan atau produk yang disajikan di McDonald's adalah seperti ayam yang menjadi salah satu unggulan ditempat ini, burger, kentang, ice cream, aneka minuman bersoda, kue pie, dan masih banyak lagi. McDonald's menjual produk-produk ini dengan bahan pangan yang berkualitas dan bahan pilihan yang sudah lolos seleksi. Seperti ayam, ayam yang digunakan adalah ayam yang diimpor langsung dari amerika selain itu juga burger adalah salah satu unggulan dari restoran ini, burger adalah makanan olahan dari tepung roti yang dipadukan dengan ayam dan daging serta sayur-sayuran segar. Semakin berkembangnya teknologi yang ada semakin banyak juga olahan makanan yang dikreasikan dan McDonald's memanfaatkan teknologi untuk mengkreasikan makanan yang menarik dan juga semakin berkualitas untuk membuat konsumen semakin tertarik untuk membeli produk mereka

McDonald's sendiri umumnya sama dengan restoran cepat saji lain nya karna menawarkan menu yang rata-rata sama dengan yang lain, suasana dalam restoran yang nyaman memiliki koneksi yang lancar serta layanan yang cepat dan ramah, Mcdonald's sudah cukup terkenal di seluruh dunia, McDonald's merupakan restoran cepat saji yang berasal dari Amerika yang dididirikan oleh Ray Kroc, dia mengawali karir nya sebagai pengemudi ambulans pada tahun 1917.



Lalu pada tahun 1954 dia mencoba menjadi sales *mixer* dan akhirnya dia dikejutkan dengan datangnya pesanan sebanyak 8 *multi mixer* yang pada saat itu ia tidak sengaja menawarkan kepada

restoran yang berskala tidak terlalu besar namun sukses dan saat itu dikelola oleh Dick dan Mac.

Setelah itu pada tahun 1960 Ray Kroc akhirnya memiliki hak atas merek McDonald's (mcdonalds.co.id). Setelah itu akhirnya McDonald's berkembang dan meluas ke seluruh negara

menjadi sukses salah satunya adalah di Indonesia, masyarakat Indonesia sangat menyukai restoran cepat saji ini dan menjadi pilihan utama jika mereka ingin makan.

McDonald's merupakan restoran terbesar didunia berdasarkan dengan pendapatannya,

pada tahun 2018 McDonald's sudah melayani sebanyak 69 juta konsumen setiap harinya di 100

negara yang tersebar sebanyak 37.855 *outlet*. Mereka datang untuk menikmati menu-menu yang

ditawarkan karena itu restoran ini menjadi sukses dan dapat berkembang diseluruh dunia, walau

banyak kompetitor lain yang memiliki usaha sejenis tetapi McDonald's selalu meutamakan

produk yang dijual mengikuti uji kualitas yang dilakukan setiap hari untuk menjaga citra mereka,

ayam dan sayuran yang pake oleh mereka berada ditempat yang sudah di atur suhunya agar tetap

menjaga kesegaran produk tersebut. Untuk makanan yang sudah matang atau siap untuk disajikan

jika berada disuhu ruangan selama 10 menit dan belum terjual maka mereka akan membuang

produk tersebut dan di ganti dengan yang baru, bahan baku yang mereka pakai yang didapat oleh

supplier sudah terverifikasi yaitu dari Havi Locks Indonesia, yang dimana bahan daging mereka

berada selalu di suhu -18 derajat celcius.

Apa yang membuat McDonald's menjadi salah satu pilihan restoran cepat saji yang sangat

disukai banyak orang, setiap orang saat menentukan pilihan terhadap barang yang akan dibeli

dengan melihat kuliatas dan harga yang ditawarkan. Harga menjadi salah satu pendorong utama

dalam menentukan permintaan pada pasar dan juga menjadi elemen penting dalam menentukan

1. Berlarang menutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa pencahayaan dan menyebarkan sumber:
a. Pengutipannya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



strategi pasar. Harga yang ditawarkan harus sesuai dengan produk yang ditawarkan, maka konsumen akan berpikir apakah barang yang di beli dengan harga yang diberikan sesuai atau tidak untuk dibeli, harga merupakan bagian dari bauran pemasaran yang tidak hanya menjadi penentu sebuah profitabilitas tetapi sebagai sinyal untuk mengkomunikasikan proporsi pada nilai suatu produk, dalam menetapkan sebuah harga dapat berorientasi pada berapa besar nilai yang didapat oleh konsumen dari produk yang mereka dapat dan juga menetapkan harga menjadi sebuah nilai yang akan dilihat oleh para konsumen. Demikian yang dilakukan oleh McDonald's mereka harus menetapkan harga yang tepat karena konsumen akan menilai produk mereka apakah layak untuk dibeli atau tidak, karena konsumen akan melihat bila produk yang ditawarkan memiliki harga yang tinggi tetapi kualitas produk yang diterima tidak sesuai maka mereka tidak akan membeli atau berminat dengan produk tersebut tetapi sebaliknya jika produk yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang ada dan harga yang ditetapkan sesuai dengan produk itu maka mereka akan membeli atau menggunakan produk itu dan menilai produk tersebut baik dan sesuai.

McDonald's memiliki target pasar kalangan pelajar dan pekerja sehingga McDonald's memberikan banyak sekali pilihan produk yang bervariasi. Dengan produk yang bervariasi ini, konsumen dapat menyesuaikan dengan keuangan mereka. Dengan kualitas produk yang baik begitu juga tingkat kepuasan konsumen walaupun diharga yang rendah. Namun jika harganya tinggi maka tingkat keputusan konsumen akan rendah, maksudnya adalah konsumen akan berpikir berkali-kali untuk melakukan pembelian produk. Sedangkan harga produk yang ada di McDonald's masih tergolong *affordable* dikalangan tersebut dengan kualitas produk yang memuaskan.

Sehingga McDonald's memiliki tingkat keputusan dan kepuasan konsumen yang tinggi, dilihat dari *repeat order* konsumen. Dengan citra merek McDonald's seperti budaya, produk, strategi, dan lain-lain. Penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang McDonald's terkait pendapat dan



keputusan pembelian konsumen pada McDonald's, Penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat pengaruh kualitas produk, harga dan layanan terhadap keputusan pembelian konsumen restoran

cepat saji McDonald's.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka indentifikasi masalah dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di McDonald's?
2. Bagaimana layanan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di McDonald's?
3. Bagaimana McDonald's meningkatkan kualitas produk dan layanannya?
4. Apakah McDonald's menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas produknya?
5. Bagaimana McDonald's menjaga kualitas produknya dan layanannya?

C. Batasan Penelitian

Dalam membuat penelitian menjadi jelas, maka penulis meneliti dan merumuskan masalah yang telah diidentifikasi sebagai berikut.

1. Objek Penelitian

Objek penelitian yang terdapat dalam penelitian ini adalah Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Restoran Cepat Saji McDonald's.

2. Rentang Waktu

Waktu yang digunakan dalam penelitian ini periode 2021-2022.



3. Unit Analisis

Pada penelitian ini adalah data primer yang menggunakan skala likert dan penyebaran

menggunakan kuisioner melalui *google form*.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan maka dapat disimpulkan

rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di McDonald's?
2. Bagaimana layanan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di McDonald's?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian McDonald's.
2. Menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian McDonald's.
3. Menganalisis pengaruh layanan terhadap keputusan pembelian McDonald's.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan

Dari hasil peneltiian yang akan dibahas diharapkan dapat membantu perusahaan mengetahui bagaimana Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Restoran Cepat Saji McDonald's dan dapat menjadi sebuah kritik dan saran untuk perusahaan terhadap kualitas yang ada di perusahaan tersebut.

2. Bagi penulis

Ha cipta mililita IBI Kias (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Ha Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang menyalin atau sebagian atau seluruhnya tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dalam penelitian ini diharapkan oleh penulis agar dapat menjadi sebuah pengetahuan dan wawasan yang kita ketahui dan menjadi salah satu informasi penting untuk dipelajari dalam membentuk sebuah bisnis dan dapat berkembang menjadi besar dan dikenal seluruh dunia.

3. Bagi pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan agar menjadi sebuah wawasan baru dan referensi untuk para pembaca agar dapat mengetahui bagaimana cara membangun sebuah bisnis dan apa saja yang harus diperhatikan, itu semua menjadi sebuah pelajaran yang dapat direalisasikan daat ingin membuka bisnis.

Hasil Cipta Diliindungi Undang-Undang

Hasil Cipta Milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.