

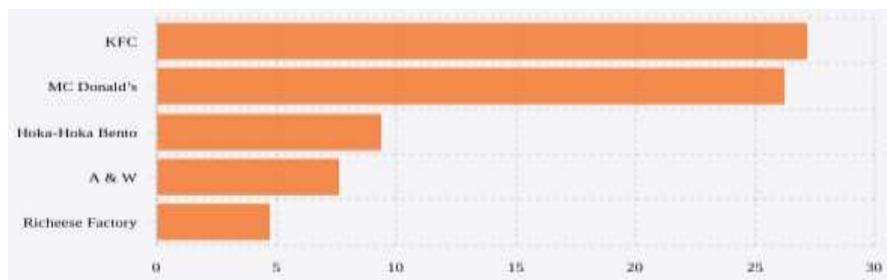


## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pandemi Covid-19 berdampak pada sektor usaha, sebagian besar pelaku usaha mengalami kerugian dan penurunan pendapatan, bahkan ada yang memilih untuk menanggukkan perdagangan. Ketika pemerintah memutuskan untuk memberlakukan PPKM, beberapa kebijakan diperkenalkan di banyak sektor penting, termasuk industri makanan dan minuman. Pemberlakuan PPKM telah menurunkan daya beli masyarakat, karena masyarakat lebih memilih memasak di rumah daripada membeli makanan dari luar. Tindakan yang diambil oleh perusahaan makanan cepat saji dalam menanggapi situasi di atas adalah dengan mengurangi upaya pemasaran, memotong biaya, dan meningkatkan efisiensi biaya. Sementara itu, perusahaan makanan cepat saji menawarkan berbagai promosi kepada pelanggannya untuk mengembalikan tingkat penjualan dan lebih mengembangkan potensi kuliner Indonesia.

Indonesia memiliki banyak restoran cepat saji, salah satunya adalah KFC. Restoran cepat saji yang didirikan oleh Kolonel Sanders itu diklaim sebagai restoran cepat saji yang terlaris di Indonesia pada tahun 2022. Data tersebut diambil dari artikel Top Brand yang menyatakan bahwa KFC menduduki posisi teratas sebagai kategori restoran cepat saji diikuti oleh McDonald's, Hoka-Hoka Bento, dll.



**Gambar 1.1 Data Restoran Cepat Saji**

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





produk merupakan karakteristik produk atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat.

Salah satu kunci dari strategi *marketing* adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dapat menjadi kunci utama bagi kesuksesan suatu perusahaan. Untuk mendapatkan hati konsumen, kualitas layanan harus ditingkatkan agar konsumen bisa terus percaya kepada brand yang kita miliki. Menurut Meithiana (2019 : 61) kualitas layanan merupakan pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pelayanan maksimal kepada konsumen akan menimbulkan rasa nyaman. Hal itu bisa menimbulkan rasa kepercayaan dan menguntungkan perusahaan dalam jangka panjang.

Menyesuaikan dengan perkembangan zaman, KFC harus meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan konsumen lebih banyak. Selain mendorong bagian pemasaran, KFC juga mengembangkan produknya menjadi berbagai varian yang memiliki cita rasa khas sehingga tetap laku di pasar. KFC juga harus memiliki kualitas produk yang sedemikian rupa sehingga dapat mempertahankan daya beli konsumen kepada KFC.

Kualitas produk dan kualitas layanan dapat menentukan keputusan pembelian konsumen. Hal ini disebabkan karena kualitas produk dan kualitas layanan cenderung menjadi salah satu hal yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam menentukan keputusan. Jika suatu produk memiliki kualitas yang bagus maka konsumen akan terus membeli produk tersebut tanpa mempertimbangkan produk lain. Sebaliknya jika kualitas produk banyak cacat atau rusak, konsumen akan berpikir lebih untuk membeli produk tersebut dan mulai beralih ke produk yang lain.



Selain kualitas produk, konsumen juga memperhatikan kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen. Layanan yang baik akan menciptakan hubungan yang baik antara penjual dan pembeli. Pembeli akan merasa puas dengan layanan yang diberikan, hal tersebut akan menciptakan sebuah hubungan dari pelanggan untuk tetap melakukan pembelian di perusahaan tersebut.

Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yang memiliki tujuan untuk memilih suatu keputusan dalam membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Oleh sebab itu, keputusan pembelian akan sangat efisiensi jika pembelian dilakukan atas dasar kebutuhan dan keinginan seseorang.

### B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan pada sub bab sebelumnya, peneliti mengidentifikasi masalah yang layak untuk diteliti lebih dalam. Beberapa masalah yang diidentifikasi oleh peneliti yaitu :

1. Bagaimana kualitas produk yang diberikan KFC?
2. Bagaimana kualitas layanan yang diberikan KFC?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian KFC?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian KFC?

### C. Batasan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka peneliti membatasi ruang lingkup permasalahan yang akan diteliti menjadi :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian KFC?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian KFC?



#### D. Batasan Penelitian

Batasan penelitian yang ditetapkan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai

berikut :

1. Objek penelitian dari penelitian ini adalah KFC di Jakarta.
2. Subjek penelitian dari penelitian ini adalah konsumen KFC di Jakarta.
3. Wilayah penelitian ini dilakukan di Jakarta.
4. Waktu penelitian akan dilakukan dari bulan Januari hingga Maret 2023.

#### E. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah dan batasan penelitian yang telah dijabarkan diatas, maka rumusan masalah yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

“Apakah kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen KFC di Jakarta?”.

#### F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini diantaranya:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen KFC.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen KFC.

#### G. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, berikut beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Peneliti mengharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menambah referensi wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

## 2. Manfaat Praktisi

Peneliti mengharapkan penelitian ini bisa dijadikan bahan pertimbangan bagi KFC maupun usaha lainnya guna meningkatkan keputusan pembelian produk.

### **© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

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