



BAB I

PENDAHULUAN

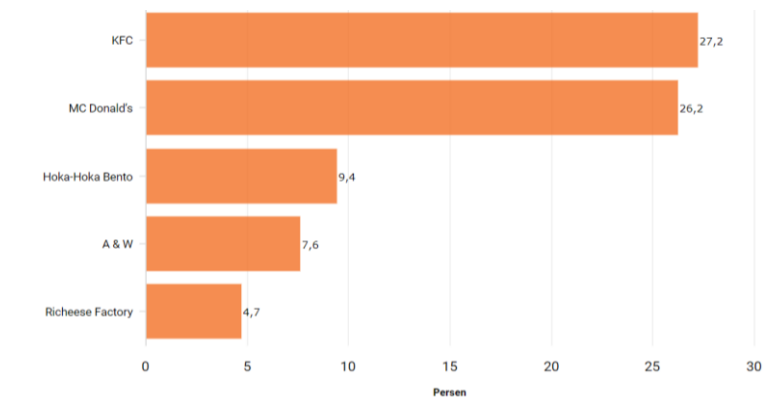
A. Latar Belakang Masalah

Sektor kuliner adalah salah satu dari banyak sektor bisnis yang semakin berkembang di Indonesia. Berbagai restoran cepat saji di Indonesia berlomba-lomba meningkatkan citra mereknya untuk menarik pelanggan dan menawarkan harga yang terjangkau sebagai strategi untuk dapat meningkatkan keuntungan bisnis mereka. Pesatnya perkembangan bisnis di industri kuliner saat ini telah menyebabkan makin banyak persaingan, sehingga konsumen lebih cenderung untuk mempertimbangkan dengan cermat apa yang akan mereka makan dan restoran mana yang akan dikunjungi.

Industri makanan cepat saji, terutama restoran cepat saji telah menjadi salah satu fenomena utama di industri ritel makanan Indonesia. Dalam hal ini, Kentucky Fried Chicken (KFC) sebagai merek terkenal telah memainkan peran penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan makanan cepat saji yang berkualitas.

Gambar 1.1

Restoran Cepat Saji Paling Populer Di Indonesia Tahun 2022



Sumber: Databoks (2022)



Berdasarkan dari Gambar 1.1, dapat dilihat bahwa Kentucky Fried Chicken (KFC) merupakan restoran cepat saji paling populer di Indonesia pada 2022. KFC tercatat memperoleh skor *Top Brand Index* (TBI) tertinggi di antara restoran cepat saji lainnya, yakni 27,2%. Kemudian diikuti Mc Donald's dengan skor TBI sebesar 26,2%. Skor TBI KFC dan Mc Donald's terpantau cukup jauh jika dibandingkan dengan Hoka Hoka Bento yang berada di posisi ketiga dengan skor 9,4%, serta disusul oleh A&W dan *Richeese Factory* dengan skor masing-masing 7,6% dan 4,7%.

Walaupun demikian, semakin banyak *brand* restoran cepat saji internasional yang memasuki pasar Indonesia seperti *Subway* pada tahun 2021, dan *Popeyes* pada tahun 2022. Bahkan, gerai *Popeyes* yang pertama kali dibuka di Margo City pada tahun 2022 telah menambah pembukaan cabang lainnya sebanyak 25 cabang dalam satu tahun. Hal ini dapat mengancam posisi KFC sebagai restoran cepat saji yang paling populer di Indonesia.

Untuk menyaingi berbagai macam merek restoran cepat saji yang banyak masuk, KFC Kelapa Gading melakukan kerja sama dengan PT PLN untuk menyediakan stasiun pengisian kendaraan listrik. (Suara.com, 2022). Ini merupakan salah satu usaha KFC Kelapa Gading untuk meningkatkan kualitas layanan pada gerai-gerai nya.

Selain itu KFC Kelapa Gading juga seringkali mengadakan promo harga produknya. Salah satu contohnya yaitu pada bulan Agustus 2023, pelanggan dapat membeli 9 potong ayam beserta 2 buah kentang goreng dengan harga Rp161.364 dalam rangka memperingati kemerdekaan Indonesia. (Kompas TV, 2023)

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.



Dalam meningkatkan citra merek yang baik di masyarakat, KFC Kelapa

Gading juga melakukan upaya-upaya *Corporate Social Responsibility* seperti, melakukan kerja sama dengan Yayasan 1000 Guru dalam memberikan nutrisi dan pendidikan terhadap anak di wilayah terpencil. (InfoBrand.id, 2020)

Menurut Pinaraswati dan Farida (2021), beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian restoran cepat saji adalah kualitas layanan, harga dan kualitas produk. Sementara itu, menurut Andriani *et al.* (2022), faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kualitas produk dan citra merek.

Berdasarkan penelitian Pinaraswati dan Farida (2021), harga adalah salah satu faktor yang memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian *fast food* Smack Burger Ngagel Jaya Selatan Surabaya. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa menawarkan harga yang sesuai menjadi hal yang penting yang harus diperhatikan oleh restoran cepat saji agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan.

Selain itu, berdasarkan Andriani *et al.* (2022), citra merek juga merupakan salah satu faktor yang memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian KFC di Surabaya. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa semakin baik citra dari suatu merek dimata konsumen, semakin tinggi kemungkinan konsumen untuk memilih membeli produk dari merek tersebut.

Hal ini menjadi menarik untuk diteliti untuk mengetahui apakah citra merek dan harga yang diberikan KFC di Kelapa Gading, Jakarta merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya secara positif.

Walaupun sudah terdapat penelitian terdahulu mengenai topik penelitian ini, namun belum ada penelitian yang membahas secara khusus mengenai pengaruh

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.



harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian KFC di Kelapa Gading, Jakarta.

2. Maka dari itu penelitian ini berfokus untuk mengetahui pengaruh harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian KFC di Kelapa Gading, Jakarta.

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, penulis mengidentifikasi beberapa masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen KFC di Kelapa Gading, Jakarta?
2. Apakah harga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen KFC di Kelapa Gading, Jakarta?
3. Apakah citra merek mempengaruhi keputusan pembelian konsumen KFC di Kelapa Gading, Jakarta?

C. Batasan Masalah

Dalam upaya memfokuskan penelitian, maka masalah yang diteliti pada penelitian ini dibatasi menjadi sebagai berikut:

1. Apakah harga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen KFC di Kelapa Gading, Jakarta?
2. Apakah citra merek mempengaruhi keputusan pembelian konsumen KFC di Kelapa Gading, Jakarta?

D. Batasan Penelitian

Batasan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek yang diteliti adalah KFC di Kelapa Gading, Jakarta Utara.
2. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli KFC di Kelapa Gading, Jakarta.



3. Wilayah yang dijadikan objek penelitian adalah KFC Kelapa Gading, Jakarta Utara.



4. Waktu penelitian adalah November 2023 – Februari 2024.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah yang telah disebutkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah harga dan citra merek memengaruhi keputusan pembelian konsumen di KFC di Kelapa Gading, Jakarta?”

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian KFC di Kelapa Gading, Jakarta.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian KFC di Kelapa Gading, Jakarta.

G. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka penulis berharap penelitian dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dilakukan agar dapat memberikan informasi yang berguna sebagai bahan acuan terhadap suatu produk sehingga dapat tetap memberikan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



harga yang sesuai dan mempertahankan serta meningkatkan citra mereknya sebagai strategi untuk memperoleh keuntungan bisnis.

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

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan berguna sebagai referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian pada bidang yang sama.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.