



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Industri makanan dan minuman menjadi salah satu sector manufaktur yang memberikan kontribusi besar dalam pertumbuhan nasional industry makanan berkembang konsisten dan positif. Sepanjang tahun 2018, industry makanan dan minuman tumbuh sebesar 7,91 persen atau melampaui pertumbuhan ekonomi nasional di angka 5,71 persen. Pertumbuhan industry manufaktur besar dan sedang di triwulan IV-2018 naik sebesar 3,90 persen terhadap triwulan IV-2017 salah satunya disebabkan oleh produksi industry makanan dan minuman yang mencapai 23,44 persen. (kemenperin.go.id)

Bisnis restoran *fast food* pada tahun ini diyakini mengalami kenaikan sebesar 15 persen ditopang oleh sentiment membaiknya pendapatan masyarakat serta meningkatnya tren bersantap diluar rumah. Kinerja bisnis restoran *fast food* ditunjang oleh perbaikan konsumsi masyarakat sebagaimana tercermin dalam indeks keyakinan konsumen yang meningkat setiap tahun. Berdasarkan bank Indonesia, IKK mencapai 110 poin pada 2016 dan terus naik ke 123,5 pada awal tahun ini. (ekonomi.bisnis.com)

Alasan mengapa restaurant *fast food* di Indonesia banyak diminati dikarenakan, Pertama pada umumnya makanan yang biasanya dibuat di rumah membutuhkan proses yang menghabiskan waktu cukup lama untuk membuatnya. Seiring berkembangnya zaman manusia dituntut untuk serba cepat dalam lakukan aktivitas sehari – hari yang bisa kita korelasikan dengan proses penyajian *fast food* yang cepat. Kedua, Dilihat dari sisi lain *fast food* juga menawarkan berbagi macam pilihan variasi rasa sehingga konsumen tidak jenuh.



Ketiga, rasa menjadi faktor utama masyarakat Indonesia membeli makanan cepat saji (*fast food*). Menurut survei W&S Market Research, kaya rasa dan penyajian yang baik mendapat poin 60 persen terhadap 400 konsumen yang disurvei. Keempat, berkaitan dengan kredibilitas merek yang diyakini masih berperan penting terhadap perilaku konsumen Indonesia. Sedangkan pertimbangan harga, berada di urutan ketiga saat konsumen ingin membeli makanan. (databoks.katadata.co.id)

Bisnis fast food adalah salah satu bisnis yang paling kompetitif dan berkembang pesat, juga memberikan peluang usaha yang menguntungkan sehingga banyak dipilih oleh wirausaha. Ada berbagai macam jenis fast food yang populer di Indonesia beberapa diantaranya adalah *fried chicken, hamburger, kebab, sandwich, pizza, taco, hotdog* dan lain-lain. Restaurant fast food yang terkenal di Indonesia antara lain Carl's Junior, KFC, McDonalds, Pizza Hut, dan sebagainya.

*Fried Chicken* menjadi jenis makanan fast food yang banyak diminati masyarakat Indonesia, salah satu restoran fast food yang mengandalkan *fried chicken* sebagai menu utamanya adalah Kentucky Fried Chicken. Col. Harland Sanders dan Pete Harman di [Salt Lake City, Utah](#), dan pada tahun [1952](#) bersama-sama mendirikan restoran Kentucky Fried Chicken yang pertama di dunia. Pada 1979 PT. Fast Food Indonesia sebagai pemegang hak waralaba tunggal untuk merek KFC di Indonesia, mendapatkan akuisisi waralaba dengan pembukaan gerai pertama pada bulan Oktober di Jalan Melawai di Jakarta. Pembukaan gerai pertama terbukti sukses dan diikuti dengan pembukaan gerai-gerai selanjutnya di Jakarta dan ekspansi hingga ke sejumlah kota besar lainnya di Indonesia antara lain Bandung, Semarang, Surabaya, Medan, Makassar, dan Manado. (kfcindonesia.kfcku.com)



Kentucky Fried Chicken cabang Kelapa Gading dalam proses usahanya harus mampu menetapkan harga yang sesuai dengan manfaat dan kualitas produknya agar target penjualan yang telah ditetapkan dapat tercapai dan terus meningkat.

Dengan adanya peningkatan persaingan yang ada di industry makanan cepat saji, perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggannya agar dapat melakukan perbaikan juga inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dapat dilakukan dengan menumbuhkan kepercayaan dan meningkatkan kepuasan konsumen atas produk dengan cara menghasilkan produk-produk yang lebih bagus dari sebelumnya (lebih berkualitas) karena seorang pelanggan yang loyal akan menjadi asset yang sangat bernilai bagi perusahaan dan bisa menjadi peluang bagi perusahaan untuk mendapatkan konsumen baru.

Terciptanya loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor pertama adalah brand image dalam membeli sebuah barang, sering kali konsumen melihat image dari brand tersebut terlebih dahulu baru kemudian harga dan kualitas produknya brand image, harga dan kualitas produk berkaitan antara satu dan lainnya. Berikut pengertian brand image menurut para ahli :

Menurut Kotler dan Keller (2016:322) citra merek menggambarkan sifat ekstrinsik produk atau layanan, termasuk cara di mana merek berupaya memenuhi kebutuhan psikologis atau social pelanggan.



Produk yang kualitasnya baik tentu akan membuat pelanggan senang untuk mengkonsumsinya dan akan menjadikan pelanggan tersebut loyal akan produk yang dikonsumsi, pelanggan tentu tidak ingin produk yang di konsumsi produk yang tidak berkualitas dan tidak bernilai.

Kemudian faktor ketiga adalah price. Price merupakan salah satu factor penting dari sisi penyedia jasa untuk memenangkan suatu persaingan dalam memasarkan produknya. Menurut Kotler dan Amstrong ( 2012:345 ) “harga adalah satu element dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan elemen lain menghasilkan biaya.

Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya ( termasuk barang atau jasa ) yang ditukarkan agar memproleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa (Tjiptono dan diana,2016:218).

Berdasarkan uraian diatas, muncul ketertarikan untuk melakukan penelitian dengan judul yang diambil yaitu, “ **Pengaruh citra merek, harga , Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kentucky Fried Chicken, Kelapa Gading, Jakarta Utara**”.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Instititut 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 IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diidentifikasi masalah yang dihadapi adalah sebagai berikut:

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan KFC ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan KFC ?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan KFC ?

## C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang diterangkan diatas, maka peneliti merumuskan batasan masalah sebagai berikut:

1. Apakah citra merek mempengaruhi loyalitas pelanggan KFC kelapa gading Jakarta utara ?
2. Apakah harga mempengaruhi loyalitas pelanggan KFC kelapa gading Jakarta utara?
3. Apakah kualitas produk mempengaruhi loyalitas pelanggan KFC kelapa gading Jakarta utara?

## D. Batasan Penelitian

Penulis menyadari mempunyai banyak keterbatasan, ditinjau dari segi waktu, dana, dan kemampuan sehingga penulis menggunakan hal-hal di bawah ini sebagai batasan-batasan, yaitu :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak 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.



1. Objek penelitian ini adalah loyalitas pelanggan KFC di kelapa gading Jakarta utara
2. Subjek penelitian adalah konsumen yang pernah membeli KFC di kelapa gading Jakarta utara
3. Variabel yang diteliti yaitu citra merek, harga, kualitas produk dan loyalitas pelanggan.
4. Waktu penelitian dimulai pada 26 september 2019

### E. Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah diatas, maka perumusan masalah yang diambil adalah “ pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan KFC kelapa gading Jakarta utara “

### F. Tujuan Penelitian

Penulis merumuskan tujuan yang dicapai melalui penelitian ini, yaitu untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh yang dihasilkan citra merek terhadap loyalitas pelanggan.
2. Untuk mengetahui pengaruh yang dihasilkan harga terhadap loyalitas pelanggan.
3. Untuk mengetahui pengaruh yang dihasilkan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Hak cipta milik IBI KKG (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.



## G. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

### 1. Bagi Penulis

Dapat mengaplikasikan teori yang penulis terima kampus kwik kian gie school of business untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk mempengaruhi loyalitas pelanggan KFC kelapa gading Jakarta utara

### 2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan referensi bagi perusahaan agar mengetahui bagaimana citra merek, harga dan kualitas produk dapat memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan terhadap restaurant terkait.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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