

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman modern seperti sekarang ini persaingan dalam dunia bisnis menjadi sangat ketat. Persaingan di suatu daerah saat ini bukan hanya persaingan antara orang-orang di daerah tersebut saja melainkan persaingan di suatu daerah terjadi antara orang-orang daerah tersebut dan orang-orang yang berasal dari luar daerah tersebut. Dengan adanya persaingan yang lebih luas tersebut maka para pelaku bisnis mau tidak mau saat ini harus mengikuti perkembangan zaman yang ada dan mencoba untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman.

Salah satu bisnis yang saat ini berkembang dan memiliki jumlah pesaing yang cukup banyak adalah bisnis kuliner. Saat ini bisnis kuliner menjadi salah satu bisnis yang sangat digemari oleh masyarakat dan juga memiliki banyak pesaing. Zaman sekarang di suatu daerah tidak hanya persaingan antara pelaku bisnis kuliner yang berasal dari daerah itu saja melainkan pelaku bisnis kuliner dari daerah lain bahkan dari negara lainpun saat ini dapat masuk ke daerah tersebut dan dapat menjadi pesaing mereka.

Perkembangan zaman juga merubah gaya hidup masyarakat dalam hal konsumsi makanan. Perkembangan zaman saat ini menuntut masyarakat untuk bergerak lebih cepat sehingga kebiasaan masyarakat dalam mengkonsumsi makanan juga berubah. Dulu masyarakat terbiasa untuk makan makanan dan menghabiskan waktu cukup lama di suatu tempat makan. Namun sekarang masyarakat di tuntut untuk terus bergerak cepat sehingga kebiasaan tersebut mulai berubah. Dengan adanya perubahan tersebut maka saat ini masyarakat

lebih memilih mengkonsumsi makanan cepat saji untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Makanan cepat saji dianggap oleh masyarakat sebagai pilihan terbaik untuk menghemat waktu mereka dalam mengkonsumsi makanan. Salah satu kelompok masyarakat yang menyukai makanan cepat saji adalah mahasiswa. Salah satu kota yang memiliki beberapa restoran cepat saji dan menjadi tujuan mahasiswa untuk menempuh pendidikan adalah kota Yogyakarta. Kota Yogyakarta terkenal dengan sebutan kota pendidikan maka tidak heran jika banyak mahasiswa yang datang ke kota Yogyakarta untuk menempuh pendidikan. Dengan banyaknya mahasiswa yang tinggal dan menempuh pendidikan di kota Yogyakarta maka tidak heran jika muncul berbagai macam restoran makanan cepat saji yang melakukan kegiatan bisnisnya di kota Yogyakarta.

Salah satu perusahaan makanan cepat saji yang telah mendunia adalah McDonald's. McDonald's atau yang biasa disebut McD telah berdiri sejak tahun 1940 di Amerika dan saat ini telah memiliki 37.855 cabang yang tersebar di seluruh dunia. Di Indonesia sendiri restoran cabang McD pada tahun 2020 berjumlah 224 cabang dan di kota Yogyakarta sendiri McD memiliki 10 cabang sehingga tidak heran jika McD menjadi salah satu perusahaan kuliner cepat saji yang populer di Indonesia dan juga di kota Yogyakarta. Walaupun sudah populer di Indonesia bahkan di dunia McD tetap memiliki pesaing. Salah satu pesaing McD dalam hal makanan cepat saji adalah KFC. KFC telah berdiri sejak tahun 1930 dan saat ini telah memiliki 20.404 cabang yang tersebar di seluruh dunia. Di Indonesia sendiri jumlah restoran cabang yang dimiliki KFC sejumlah 738 cabang dan di kota Yogyakarta KFC memiliki 16 cabang.

Persaingan KFC dan McD di Indonesia dapat dilihat dari data yang dirilis oleh *Top Brand Award* tahun 2018 sampai tahun 2020 kategori restoran *fast food*:

Tabel 1.1

Restoran *Fast Food*

BRAND	TBI 2018	TBI 2019	TBI 2020
KFC	42.7%	26.2%	26.4%
MC Donald's	24.3%	22.4%	22.8%
A & W	6.3%	5.4%	6.5%
Hoka-Hoka Bento	5.8%	5.4%	5.9%
Richeese Factory	2.7%	4.3%	4.9%

Sumber: https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=KFC(2021)

Dari data diatas dapat dilihat bahwa KFC menjadi pemimpin pasar dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2020. Meskipun demikian beberapa tahun belakangan ini perkembangan McD lebih baik daripada KFC. Hal ini terlihat dari persentase KFC tahun 2018 mengalami penurunan cukup besar namun McD mengalami penurunan yang sangat kecil dan pada tahun 2019 dan tahun 2020 perkembangan McD jauh lebih baik daripada KFC.

Perkembangan McD di Indonesia terjadi bukan tanpa alasan. Perkembangan tersebut terjadi karena banyaknya konsumen yang memutuskan melakukan pembelian di McD. Banyak faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian, diantaranya citra merek, kualitas produk, dan harga produk. Ketiga variabel ini merupakan variabel yang digunakan oleh perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan pesaingnya. Persaingan dari segi citra merek, kualitas produk, dan harga merupakan persaingan yang hampir selalu terjadi antar perusahaan yang bergerak di dunia bisnis kuliner dan konsumen akan memilih produk dari perusahaan yang memenangkan persaingan ini.

Citra merek suatu perusahaan merupakan faktor penting bagi konsumen. Menurut Soltani (2016:204) “Citra merek mencakup pengetahuan, pendapat dari pelanggan dan karakteristik non-fisik dan produk fisik, gambar yang pelanggan berikan kepada produk”. Dengan citra merek yang baik maka konsumen yang membeli produk dari perusahaan tersebut akan beranggapan bahwa produk yang dijual memiliki kualitas yang baik sehingga konsumen akan melakukan sedikit pertimbangan dalam melakukan pembelian daripada melakukan pembelian produk di perusahaan yang memiliki citra merek yang kurang baik.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian adalah kualitas produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:249) “Kualitas produk adalah karakteristik yang dimiliki oleh suatu produk atau suatu layanan yang sesuai dengan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas produk juga merupakan salah satu alat pemosisian utama yang dimiliki produsen yang dapat menciptakan suatu nilai dan kepuasan”. Kualitas produk menjadi salah satu pertimbangan dalam melakukan pembelian karena dalam melakukan pembelian suatu produk konsumen terkadang memiliki asumsi dan harapan tersendiri terhadap produk yang akan mereka beli. Jika produk yang mereka beli kualitasnya sesuai dengan harapan mereka maka dikemudian hari mereka dapat melakukan pembelian produk secara berulang. Namun jika kualitas produk tidak sesuai dengan harapan mereka maka konsumen tidak akan melakukan pembelian lagi di kemudian hari.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian adalah harga. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:308) “Harga dalam arti sempit berarti jumlah uang yang dibayarkan untuk mendapatkan suatu produk baik produk berupa barang maupun jasa. Sedangkan harga dalam arti luas adalah jumlah semua nilai yang diberikan

oleh pelanggan yang terdiri dari berbagai macam komponen untuk mendapatkan manfaat dan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk baik produk barang maupun jasa”. Konsumen dalam melakukan pembelian terkadang mencari produk dengan harga yang mereka rasa pantas. Harga yang pantas memiliki arti bahwa nilai yang terdapat dalam produk pantas dengan harga yang diberikan. Konsumen beranggapan bahwa suatu produk yang memiliki harga yang mahal berarti memiliki kualitas yang baik, sedangkan suatu produk yang memiliki harga yang murah mempunyai kualitas yang kurang baik.

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis tulis maka penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Sebagai Konsumen Produk Mc Donald’s di Kota Yogyakarta”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah:

1. Apakah citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian mahasiswa sebagai konsumen produk McDonald’s di Yogyakarta?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian mahasiswa sebagai konsumen produk McDonald’s di Yogyakarta?
3. Apakah harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian mahasiswa sebagai konsumen produk McDonald’s di Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian mahasiswa sebagai konsumen produk McDonald's di Yogyakarta
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian mahasiswa sebagai konsumen produk McDonald's di Yogyakarta
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian mahasiswa sebagai konsumen produk McDonald's di Yogyakarta

1.4 Manfaat Penelitian

Pada penelitian kali ini peneliti berharap agar hasil dari penelitian kali ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi untuk meningkatkan wawasan dan meningkatkan pemahaman pembaca mengenai citra merek, kualitas produk, dan harga pada keputusan pembelian

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi perusahaan supaya mereka dapat mengerti dan memahami faktor apa yang mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh mahasiswa sebagai konsumen produk mereka

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori-teori yang mendukung penelitian, kerangka penelitian dan pengembangan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi metode yang digunakan di dalam penelitian, mencakup objek dan lokasi penelitian, populasi dan sampel, metode pengambilan sampel, metode pengumpulan data, metode pengujian instrumen, dan metode analisa data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas, hasil analisa data yang telah dikumpulkan oleh peneliti dengan menggunakan kuesioner, pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil analisa data.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan hasil penelitian, saran-saran dari peneliti dan keterbatasan penelitian.