

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan sebuah negara yang mempunyai kekayaan alam yang berlimpah, serta keragaman budaya. Tak hanya itu, Indonesia menawarkan beragam makanan, dari yang tradisional hingga makanan yang siap saji. Perusahaan makanan cepat saji telah mendapatkan banyak popularitas di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Restoran makanan siap saji telah menjadi pilihan populer dikalangan masyarakat, karena kenyamanan dan kecepatannya untuk memenuhi kebutuhan. Gaya hidup dan tuntutan kesibukan bekerja seringkali membuat seseorang lebih memilih makanan siap saji. Jaringan restoran makanan cepat saji, seperti Richeese Factory, Hoka-Hoka Bento, Pizza Hut, dan KFC, memiliki banyak peluang. Setiap pelaku usaha harus mampu bersaing dengan para pesaingnya dalam dunia usaha yang sangat kompetitif (Ikhtiasari & Suwitho, 2019)

Menurut Badan Pemerintah Majalengka (2022) Ketersediaan usaha di suatu daerah menunjukan besarnya daya tarik investasi suatu wilayah serta perkembangan kegiatan ekonomi suatu wilayah dan peluang yang dihasilkannya. Berdasarkan informasi Badan Pusat Statistik (BPS) Majalengka tahun 2020 sampai dengan tahun 2021 tercatat 156 unit restoran yang tersebar diberbagai kecamatan kabupaten majalengka. Kecamatan dengan lokasi terbanyak berada di kecamatan majalengka yaitu sebanyak 55 restoran dan kecamatan kadipaten sebanyak 20 restoran. Banyak menjamurnya beberapa jenis usaha baru di wilayah kabupaten majalengka

menunjukkan bahwa semakin meningkatnya aktivitas perekonomian di Kabupaten Majalengka.

Salah satu restoran makanan siap saji yang berada di kabupaten majalengka yaitu Richeese Factory yang dikenal dengan makanan siap saji ayam krispi saus pedas serta saus keju yang baru saja didirikan pada bulan Desember 2023 di Jalan Raya K.H. Abdul Halim RT.11 RW.03 Majalengka 45418. Sebuah restoran makanan cepat saji bernama Richeese Factory menawarkan hidangan ayam dengan keju dan saus pedas. Banyak pelanggan yang tertarik dengan inovasi ini dan mencoba mencicipi produk Richeese Factory. (Ikhtiasari & Suwitho, 2019)

Menurut Asmarita Tri Utami & Eko Astuti (2023) salah satu hal penting dalam perilaku pembelian ialah niat beli, niat beli merupakan faktor pendorong seseorang untuk melakukan keputusan pembelian. Sebelum memastikan untuk membeli suatu produk, setiap konsumen memiliki kondisi tertentu yang berbeda-beda. Terdapat beberapa kondisi konsumen untuk melakukan pembelian salah satunya yaitu konsumen membeli produk sesuai kebutuhan serta konsumen membeli produk tanpa ada perencanaan atau pertimbangan khusus sebelum mengambil keputusan pembelian. Menurut suharno (2010) Tahap Keputusan Pembelian terjadi setelah konsumen mengambil keputusan untuk membeli dan memakai produk. Keputusan pembelian konsumen dimulai dengan kesadaran akan kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsumen secara global beragam seperti usia, pendapatan, tingkat pendidikan dan selera dengan elemen lain disekitarnya

yang dapat mempengaruhi pilihan terhadap berbagai produk, layanan, serta perusahaan (Philip Kotler & Gary Amstrong, 2018)

Menurut (Rafi & Budiatmo, 2018) Dalam Keputusan pembelian ada berbagai aspek yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian terhadap penawaran suatu perusahaan. Perusahaan harus memahami perilaku konsumen yang selalu berubah untuk mempertahankan pangsa pasar dan mengetahui risiko yang mungkin akan dihadapi (Wati & Bantam, 2023) hal ini mencakup pemahaman tentang apa yang diinginkan konsumen dan elemen-elemen mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, seperti persepsi harga, kualitas produk serta kualitas pelayanan. Faktor-faktor tersebut saling berinteraksi untuk mempengaruhi keputusan akhir konsumen (Siti Khotijah & Krisna Mutiara Wati, 2024)

Menurut Putra et al., (2022) Kualitas Produk merupakan prosedur penilaian menyeluruh bagi konsumen mengenai peningkatan kinerja produk. Disamping kualitas produk, kualitas pelayanan dapat menentukan keputusan pembelian, karena merupakan upaya untuk melengkapi kebutuhan pelanggan dan ketepatan penyampaian sesuai dengan keinginan pelanggan (Pitaloka & Wati, 2023)



Gambar 1. 1 Google Review

Sumber: Richeese Factory Majalengka

Peneliti memilih restoran siap saji Richeese Factory Majalengka salah satunya karena dipertimbangkan berdasarkan *google review*. Sebanyak lebih dari 198 konsumen telah memberikan ulasan pada *google review* dengan rata-rata penilaian 3,8 dari skala 5. Richeese Factory Majalengka merupakan restoran siap saji yang mempunyai ulasan kurang bagus dari konsumen karena dianggap sebagai restoran siap saji yang memiliki pelayanan yang kurang baik.

Menurut Anim et al. (2020) Setiap orang memiliki selera masing-masing, selera orang tidak dalam keadaan berubah yang terus menerus. Kegiatan pemasaran merupakan salah satu cara perusahaan bekerja untuk mencapai tujuannya. Berkaitan dengan hal tersebut, penulis melakukan pra survei secara langsung pada restoran makanan siap saji di Majalengka diantaranya yaitu Richeese Factory, Hoka-Hoka Bento serta Pizza Hut dengan melakukan wawancara langsung kepada kepala toko atau kasir yang bertugas.

Berdasarkan hasil pra survei peneliti, berikut terdapat tabel pengunjung dari restoran makanan siap saji Richeese Factory, Hoka-Hoka Bento serta Pizza Hut Majalengka:

Tabel 1. 1 Data Konsumen

Restoran Makanan Siap Saji	Rata-Rata	
	Setiap Hari	Akhir Pekan
Richeese Factory	220	300
HokBen	150	200
Pizza Hut	60	140

Sumber: Hasil Survei Maret 2024

Sesuai hasil wawancara dari peneliti pada restoran siap saji yang berada di kabupaten Majalengka didapatkan bahwa Richeese Factory menduduki posisi teratas dengan rata-rata pelanggan 220 perhari, disusul oleh HokBen dengan rata-rata pelanggan 150 perhari, kemudian terakhir Pizza Hut dengan rata-rata pelanggan 60 perhari. Jumlah konsumen pada Richeese Factory Majalengka selalu lebih ramai setiap harinya terutama pada akhir pekan. Data tersebut menunjukkan bahwa banyaknya masyarakat yang melakukan pembelian pada Richeese Factory Majalengka. Demikian, memunculkan permasalahan mengapa sebagian besar konsumen masih melakukan pembelian pada Richeese Factory Majalengka.

Dengan banyaknya restoran siap saji, konsumen mempunyai banyak pilihan sebelum melakukan keputusan pembelian. Selain kualitas produk serta kualitas pelayanan, persepsi harga merupakan faktor utama yang mempertimbangkan pengambilan keputusan pembelian. Persepsi harga

adalah interpretasi biaya suatu produk, atau nilai yang ditukarkan pelanggan atas keuntungan yang didapat dari penggunaannya. (Putra *et al.*, 2022)

Penulis memperhatikan variasi dalam temuan dari penelitian sebelumnya, sehingga mengarahkannya untuk berpikir tentang penggunaan variabel seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, persepsi harga serta keputusan pembelian. Menurut Astuti (2021) mengindikasikan faktor harga berdampak positif pada keputusan pembelian konsumen. Menurut Ekowati *et al.*, (2020) menyatakan bahwa harga berdampak negatif terhadap keputusan pembelian. Sementara itu, temuan Maharani (2019) menunjukkan persepsi harga secara parsial tidak ada hubungannya dengan keputusan membeli.

Sesuai penjelasan di atas, peneliti melakukan penelitian berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Richeese Factory Majalengka” untuk melihat sejauh mana faktor-faktor dapat berpengaruh pada keputusan yang diambil di Richeese Factory Majalengka.

B. Rumusan Masalah

Richeese Factory Majalengka memiliki 198 ulasan google dengan rata-rata 3,8 dari skala 5. Richeese Factory Majalengka merupakan restoran siap saji yang menerima lebih sedikit penilaian positif karena dianggap sebagai restoran makanan siap saji yang memiliki pelayanan yang kurang baik atau dibawah standar. Tetapi dari hasil wawancara dan pengamatan peneliti di lokasi Richeese Factory Majalengka memiliki minat beli konsumen yang sangat tinggi.

Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah studi yang akan dilakukan diantaranya adalah:

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Richeese Factory Majalengka?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Richeese Factory Majalengka?
3. Apakah Persepsi Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Richeese Factory Majalengka?
4. Apakah Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Richeese Factory Majalengka?

C. Tujuan Penelitian

Berdasar uraian tersebut, sehingga tujuan studi ini yakni:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Richeese Factory Majalengka?
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Richeese Factory Majalengka?
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian Richeese Factory Majalengka?
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian Richeese Factory Majalengka.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharap mampu memberikan manfaat yang besar bagi penulis, dunia usaha, pelanggan, dan civitas akademika. Untuk itu, manfaatnya yakni:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diupayakan mampu berperan sebagai literatur guna memperluas pemahaman serta wawasan penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian di bidang pemasaran khususnya guna melihat pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

Temuan pada penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi serta wawasan pada praktisi yang dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi pemimpin perusahaan. Selain itu, temuan penelitian ini diharapkan dapat membantu PT. Richeese kuliner Indonesia dan dunia usaha dengan memberikan informasi yang akan menarik lebih banyak pelanggan di masa depan.