

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Produk yang ditawarkan oleh pelaku bisnis kuliner harus memungkinkan pelanggan merasakan hubungan yang lebih kuat dengan model bisnis perusahaan dalam memasarkan produknya. Seperti halnya pemilik bisnis kuliner sebagai produsen makanan harus selalu mengikuti *trend* terkini dalam kebiasaan dan kebutuhan konsumen. Hal ini termasuk bereksperimen dengan bahan dan teknik untuk memenuhi *trend* selera, tekstur, kesehatan, kesegaran, keberlanjutan, dan personalisasi yang terus berkembang. Dengan mengikuti *trend* yang terus berubah dan memanfaatkan teknologi digital, bisnis makanan dapat tetap menjadi perhatian utama pelanggan sebagai penilaian produk dan pelayanan (Harvest, 2023). Konsumen semakin menginginkan produk yang dipersonalisasi dan disesuaikan untuk memenuhi preferensi spesifik mereka. Selera konsumen produk kuliner sekarang menginginkan gaya hidup yang praktis dan simpel, dimana semua perusahaan berlomba-lomba untuk memanjakan konsumennya dengan fasilitas pelayanan yang membuat konsumen merasa nyaman. Peluang untuk memulai bisnis di Indonesia saat ini cukup besar. Berdasarkan hasil riset Statista, pendapatannya diprediksi mengalami peningkatan sebesar 10,79% hingga 2025. Gaya hidup seperti itu tidak hanya dinikmati untuk konsumen kelas atas, melainkan konsumen kelas menengah dan konsumen kelas bawah yang tinggal di desa. Dimana konsumen yang berada atau tinggal di desa meniru gaya orang yang tinggal di kota dengan memakan

makanan cepat saji, salah satunya adalah Rocket Chicken di wilayah Kabupaten Magetan.

Rocket Chicken merupakan salah satu perusahaan rumah makan cepat saji, waralaba yang awal merintis usahanya di Kabupaten Magetan sejak tahun 2010 dengan pangsa pasarnya yaitu konsumen menengah kebawah. Akhir-akhir ini Rocket Chicken sangat berkembang dan sudah membuka banyak cabang-cabang gerai hampir di seluruh Indonesia. Dengan konsep yang sama menyajikan makanan yang sehat, berkualitas, halal, dengan cita rasa yang khas, dan harga terjangkau bagi semua kalangan. Bagi perusahaan yang bergerak dibidang kuliner, kepuasan konsumen muncul tidak terlepas dari peningkatan kualitas produk dan kualitas pelayanan atau *service quality*. Menurut Kotler dan Armstrong (dalam Achmad et al., 2019) kualitas produk merupakan nilai yang dapat memuaskan konsumen baik secara fisik maupun secara psikologis yang menunjukkan pada atribut atau sifat-sifat yang terdapat dalam suatu barang atau hasil. Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan untuk mampu bersaing di pasar. Dikarenakan kemampuan ekonomi dan tingkat pendidikan masyarakat cenderung meningkat, sehingga sebagian masyarakat semakin kritis dalam mengkonsumsi suatu produk berkualitas dengan harga yang dibayarkan.

Salah satu tempat makan yang menjual berbagai olahan daging ayam lezat adalah Rocket Chicken. Tempat makan ini sempat menjadi pembicaraan banyak orang karena kualitas rasanya yang sangat enak namun dijual dengan harga yang cukup terjangkau. Tidak heran kalau tempat makan ini sudah

mempunyai banyak cabang di berbagai kota termasuk Kabupaten Magetan. Rocket Chicken yang beroperasi di wilayah Kabupaten Magetan telah memiliki cabang di berbagai lokasi yaitu Rocket Chicken Kota Magetan yang beralamat di Jl. Monginsidi No.35, Rocket Chicken Maospati yang beralamat di Jl. Barat No.255 Kleco Maospati, Rocket Chicken Plaosan yang beralamat di Jl. Raya Sarangan Plaosan, Rocket Chicken Parang yang beralamat di Desa Ngepeh Parang dan Rocket Chicken Takeran yang beralamat di Desa Mangu, Takeran. Untuk usaha *franchise* sejenis di wilayah Kabupaten Magetan, Rocket Chicken memiliki kompetitor pada level merek nasional diantaranya.

Tabel 1. 1 Data Kompetitor dari Rocket Chicken Magetan

No.	Nama Merek	Produk / Menu	Harga (Rp.)
1	Rocket Chicken Magetan	Olahan Ayam	9.000 – 23.000
2	Ayam Geprek Assalam 99	Olahan Ayam	15.000 –24.000
3	Lazizaa Chicken & Pizza	Olahan Ayam	12.500 – 86.000
4	Ayam Geprek Sa'I Magetan	Olahan Ayam	8.000 – 17.000
5	Hungery Chicken Magetan	Olahan Ayam	12.500 – 112.500

Sumber : Data diolah,2024

Berdasarkan data sebaran lokasi cabang Rocket Chicken tersebut belum dapat dikategorikan meliputi area Kabupaten Magetan secara merata. Dalam survei di lapangan, masih ditemukan keluhan konsumen Desa Poncol Kabupaten Magetan yang menginginkan jangkauan lebih dekat dari alamat domisilinya yang berada di pedesaan, karena lokasi cabang Rocket Chicken terdekat masih dirasakan jauh yaitu di Cabang Magetan. Diharapkan akan ada cabang baru yang lebih terjangkau oleh pelanggan yang berdomisili di pedesaan sehingga

dapat meningkatkan keinginan konsumen dalam melakukan pembelian menu-menu di Rocket Chicken.

Tabel 1. 2 Data Kompetitor dari Rocket Chicken Magetan

No.	Nama Merek	Lokasi Usaha
1	Rocket Chicken Magetan	Rocket Chicken Kota Magetan yang beralamat di Jl. Monginsidi No.35 Rocket Chicken Maospati yang beralamat di Jl. Barat No.255 Klecc Maospati, Rocket Chicken Plaosan yang beralamat di Jl. Raya Sarangan Plaosan Rocket Chicken Parang yang beralamat di Desa Ngepeh Parang dan Rocket Chicken Takeran yang beralamat di Desa Mangu, Takeran.
2	Ayam Geprek Assalam 99	Geprek Assalam 99 Magetan yang beralamat di Jl. Wilis Magetan, Geprek Assalam Kawedanan yang beralamat di desa Kawedanan, Geprek Assalam Maospati yang beralamat di Jl. Barat no.357 Maospati.
3	Lazizaa Chicken & Pizza	Laziza Magetan yang beralamat di Jl. Mungusidi Blok M No.A2 Magetan.
4	Ayam Geprek Sa'I Magetan	Ayam GeprekSa'I Magetan yang beralamat di Jl. Jend. Sudirman No.41, Magetan.
5	Hungery Chicken Magetan	Hungery Chicken Magetan yang beralamat di di Jl. Jend. Sudirman No.05, Magetan.

Sumber : data diolah, 2024

Secara umum keputusan pembelian merupakan seleksi dari dua atau lebih pilihan alternatif. Berdasarkan pendapat tersebut istilah keputusan pembelian dapat diartikan sebagai bagian dari perilaku konsumen yang

bertujuan untuk menentukan dalam membeli suatu barang atau jasa dimana individu terlibat secara langsung dalam mendapatkan dan mempergunakan barang atau jasa yang ditawarkan tersebut. Pada pengambilan keputusan pembelian, konsumen selalu mempertimbangkan faktor-faktor yang ada seperti harga, merek dan kualitas produk yang didapatkan. Keputusan pembelian seseorang tidak muncul begitu saja, akan tetapi didasari oleh dorongan terlebih dahulu. Setiap konsumen sebelum memutuskan pembelian akan mencari tau lokasi pembelian, harga dan akan memilih produk yang sesuai dengan kemampuan membelinya (Kotler dan Keller, 2016).

Rocket Chiken merupakan salah satu restoran *fast food* yang memiliki *brand image* yang kuat. Kondisi persaingan pasar yang semakin ketat mendorong Rocket Chiken untuk secara terus menerus memperkuat citra mereknya agar dapat meraih posisi tertinggi di hati konsumen. Berbagai macam strategi pemasaran telah dilakukan oleh Rocket Chiken guna memperkuat citra mereknya di ingatan konsumen, seperti terus-menerus menciptakan strategi-strategi dan ide-ide yang inovatif, menjaga kualitas dan kelezatan produk, membuat produk-produk baru dengan tujuan agar dapat lebih dekat dengan konsumen (Syamsurizal dan Ernawat, 2020). Dari observasi yang dilakukan oleh peneliti di Rocket Chicken menemukan bahwa *brand image* restoran Rocket Chicken dari kepopuleran namanya masih kurang dibanding pesaingnya serta penjualannya masih dalam ruang lingkup jenis produk kuliner berbahan baku sejenis semisal Ayam Geprek atau *brand* produk kuliner jenis *fried chicken* lainnya. Namun beberapa keterangan pelanggan

menyatakan bahwa citarasa dari menu-menu di Rocket Chicken memiliki khas rasa sehingga pelanggan memiliki *image* atau persepsi tersendiri pada produk tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian dari RA Nur Amalina dan Imroatul Khasanah yang berjudul Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian yang mengambil studi kasus pada pelanggan Rocket Chicken Sukorejo Kendal menemukan bahwa semakin baik penerimaan konsumen mengenai harga dan lokasi pada produk makanan cepat saji Rocket Chicken, maka semakin besar keputusan pembelian (Amalina & Khasanah, 2023). Sedangkan hasil penelitian dari Ivana Khoiru Amalia dan Ali Maskur yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian dengan Studi Kasus pada pelanggan Rocket Chicken Cabang Kabupaten Kendal, menyatakan bahwa persepsi Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Rocket Chicken Cabang Kabupaten Kendal. Hal tersebut menunjukkan bahwa persepsi harga yang baik belum tentu meningkatkan keputusan pembelian pelanggan Rocket Chicken Cabang Kabupaten Kendal (Amalia & Maskur, 2020). Hasil penelitian lain dari Lisa Febriyanti Valentino yang berjudul Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Ayam Rocket Chicken Di Lamongan menunjukkan bahwa harga, kualitas produk dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen ayam roket di Lamongan. Variabel harga dan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen ayam roket di Lamongan. Sedangkan kualitas produk berpengaruh

signifikan dan positif terhadap minat beli konsumen ayam roket di Lamongan (Valentino, 2021). Dari hasil beberapa penelitian tersebut ditemukan bahwa terdapat perbedaan hasil temuan bahwa tidak semua aspek yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini dapat berpengaruh pada keputusan pembelian pelanggan produk Rocket Chicken, maka perlu dilakukan pengujian terhadap pelanggan Rocket Chicken Cabang Magetan.

Berdasarkan paparan fenomena di lapangan dan latar belakang permasalahan serta kajian awal secara empiris, didapatkan perbedaan dan perlunya dilakukan penelitian karena memiliki cakupan objek penelitian pada pelanggan Rocket Chicken Cabang Magetan serta menggunakan aspek yang lebih dominan mempengaruhi tingkat keputusan untuk membeli yaitu kualitas produk, harga dan lokasi usaha. Dalam latar belakang yang telah dipaparkan dalam penelitian ini, maka penulis akan menjawab tingkat **persepsi pelanggan Rocket Chicken dari aspek Kualitas Produk, Harga, *Brand Image* dan Lokasi Usaha** serta mengukur tingkat pengaruhnya terhadap **Keputusan Pembelian pada pelanggan Rocket Chicken Cabang Magetan.**

B. Batasan Masalah

Untuk menghindari meluasnya cakupan permasalahan dan pembahasan pada penelitian ini, maka penulis menetapkan batasan permasalahan sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dibatasi pada objek penelitian yaitu pada Pelanggan Rocket Chicken Cabang Magetan.
2. Aspek yang diteliti dalam penelitian ini yaitu Kualitas Produk, Brand Image Dan Lokasi Usaha serta mengukur tingkat pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian saja.

C. Rumusan Masalah

Rumusan permasalahan penelitian ini dipaparkan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan Rocket Chicken di Magetan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan Rocket Chicken di Magetan?
3. Apakah brand image berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan Rocket Chicken di Magetan?
4. Apakah lokasi usaha berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan Rocket Chicken di Magetan?
5. Apakah kualitas produk, harga, *brand image* dan lokasi usaha berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pelanggan Rocket Chicken di Magetan?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pelanggan Rocket Chicken di Magetan
2. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pelanggan Rocket Chicken di Magetan.
3. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian pelanggan Rocket Chicken di Magetan.
4. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh lokasi usaha terhadap keputusan pembelian pelanggan Rocket Chicken di Magetan.
5. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh secara bersama-sama dari kualitas produk, harga, *brand image* dan lokasi usaha terhadap keputusan pembelian pelanggan Rocket Chicken di Magetan.

E. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat teoritis

a. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan wawasan terkait Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Brand Image Dan Lokasi Usaha Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Rocket Chicken (Studi Kasus Rocket Chicken Cabang Magetan). Penelitian ini dapat digunakan untuk kajian teori penelitian selanjutnya yang serupa. Penelitian selanjutnya perlu menambahkan faktor – faktor lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

2. Manfaat praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil riset ini dapat dijadikan sebagai masukan bagi manajemen untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Brand Image Dan Lokasi Usaha Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Rocket Chicken (Studi Kasus Rocket Chicken Cabang Magetan).

b. Bagi Universitas

Hasil kajian ini dapat menjadi koleksi bacaan tambahan di Universitas PGRI Madiun Khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis sehingga dapat dijadikan acuan bagi peneliti selanjutnya yang mengacu pada Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Brand Image Dan Lokasi Usaha Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Rocket Chicken (Studi Kasus Rocket Chicken Cabang Magetan) yang nantinya dapat digunakan sebagai bahan evaluasi.

c. Bagi Peneliti

Hasil kajian ini dapat digunakan untuk menambah pengetahuan dan wawasan bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Brand Image Dan Lokasi Usaha Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Rocket Chicken (Studi Kasus Rocket Chicken Cabang Magetan).