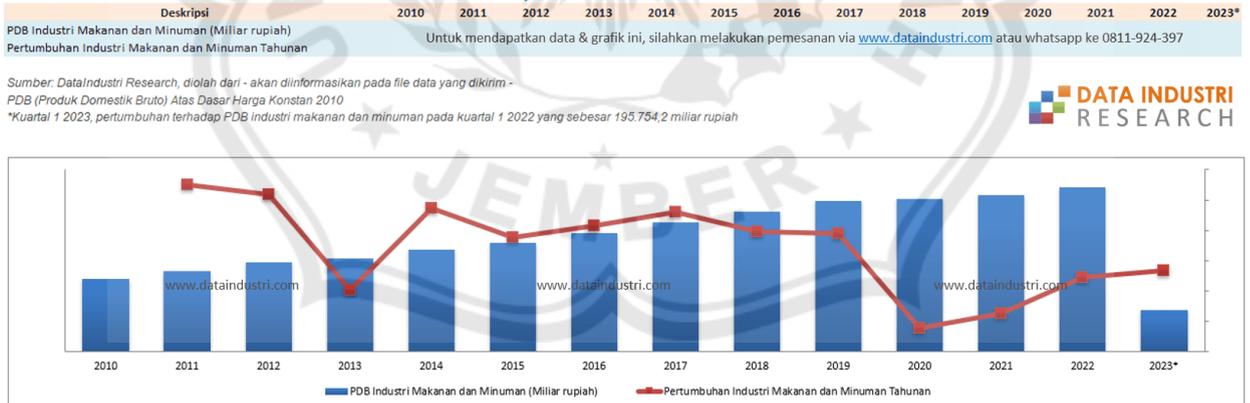


BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 latar Belakang

Berkembangnya zaman pada saat ini semakin pesat, perusahaan dituntut untuk menerapkan standar kualitas produk yang dihasilkannya. Kualitas suatu produk menentukan berhasil atau tidaknya produk dapat menembus pasar. Persoalan yang sering muncul adalah apabila produk yang dihasilkan sama dengan perusahaan lain, sehingga menimbulkan persaingan dari beberapa perusahaan yang ada (Melisa & Siregar, 2021). Menghadapi persaingan yang ketat, tentu perusahaan berlomba-lomba untuk memasarkan produk yang dihasilkan dengan cara terus berusaha mengembangkan kreatifitas dan inovasi baru. Perusahaan satu dengan yang lain saling berkompetisi untuk mengunggulkan kualitas produk agar produk yang dihasilkan mempunyai kualitas baik dan unggul dari perusahaan lainnya (Mulia Sari & Sanjaya, 2022). Bisnis makanan merupakan salah satu industri yang saat ini berkembang sangat pesat. Perkembangan perdagangan di masa kini semakin pesat dengan tingkat persaingan yang ketat untuk memasarkan produk dan jasa pada konsumen. Dalam setiap perdagangan tidak akan lepas dengan hadirnya teknologi yang semakin maju, sehingga setiap perusahaan akan sangat membutuhkan teknologi informasi agar dapat mengembangkan bisnis yang sedang dijalankan (Samosir, 2022). Berikut disajikan gambar trend data pertumbuhan industri penyedia makanan, minuman, restoran, dan sejenisnya pada tahun 2011 hingga tahun 2023.

Tren Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman, 2011 - 2023



Gambar 1. 1 Tren Data Pertumbuhan Industri Penyedia makanan Minuman, Restoran, dan Sejenisnya, 2011-2023 (www.dataindustri.com, 2023)

Bisnis makanan cepat saji yang paling kompetitif dan berkembang pesat pada saat ini adalah restoran cepat saji yaitu KFC (*Kentucky Fried Chicken*), dimana KFC ini merupakan restoran suatu merek dagang waralaba dari *Yum Brands, Inc* yang bertempat di *Louisville Kentucky* Amerika Serikat. KFC dikenal terutama karena ayam goreng yang biasa disajikan dalam "timba" (*bucket*) dari kertas karton, KFC ini juga merupakan makanan elit yang disukai oleh kalangan menengah ke atas (Firmanto, 2019). Berikut disajikan data Top Brand Index dalam *Top Brand Award 2022* kategori restoran fast food, sebagai berikut

Tabel 1. 1
Top Brand Award Kategori Restoran

No	Brand	Top Brand Index
1	KFC	27,20%
2	Mc Donald's	26,20%
3	Hoka-Hoka Bento	9,20%

Sumber : www.topbrand.award.com, 2022

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa KFC menjadi yang paling unggul pada Top Brand Index dalam Top Brand Award 2022 dengan persentase 27,20%, kemudian disusul dengan Mc Donald's dengan persentase 26,20%, lalu urutan ketiga ada Hoka-Hoka Bento dengan persentase 9,20%. KFC juga masih menjadi nomor satu pada Top Brand For Kids Index dengan persentase 40,70%. Namun, pada Top Brand For Teens Index KFC menjadi urutan nomor 2 dengan persentase sebesar 30,50% dikalahkan oleh Mc Donald's dengan persentase sebesar 30,70%. Hal ini tentu menjadi perhatian agar merek KFC dapat terus unggul di segala pasar termasuk untuk pasar remaja. Saat ini gerai KFC sudah tersebar di 170 kota atau kabupaten dengan total 727 gerai. Salah satunya yaitu di Kota Jember.

Kualitas produk adalah keseluruhan ciri dari suatu produk yang berpengaruh pada kemampuan untuk menciptakan rasa puas terhadap kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau tersirat, untuk meningkatkan kemampuan suatu produk maka akan tercipta keunggulan bersaing sehingga pelanggan menjadi semakin puas. Konsumen akan puas terhadap kualitas suatu produk ketika memenuhi harapan mereka dan akan membeli ulang kembali (Santi dan Supriyanto 2020). Jasmine dkk., (2018) yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap pembelian ulang. Sebuah peribahasa mengatakan ada harga ada rupa yang artinya barang mahal adalah barang mahal yang berkualitas tinggi dan barang yang berkualitas tinggi tentu harganya mahal (Prayoni dan Respati, 2020).

Brand image (citra merek) adalah persepsi tentang merek yang merupakan refleksi memori konsumen akan asosiasinya pada merek tersebut. *Brand image* muncul apabila konsumen melakukan penilaian dan memberikan pendapat terhadap suatu merek baik positif maupun negatif. Merek juga sangat berpengaruh dalam keputusan pembelian ulang untuk emboli suatu produk. Menurut (Tjiptono, 2005), *Brand image* merupakan deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu.

Persepsi harga merupakan satu-satunya elemen menurut bauran pemasaran yang membuat pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Menurut (Nugroho & Astuti, 2021), menyatakan bahwa persepsi harga adalah proses yang melibatkan aspek fisiologis seperti adanya aktivitas memilih, mengorganisasi dan menginterpretasikan rangsangan sehingga konsumen dapat memberikan makna atas suatu objek. Menurut (Schiffman dan Kanuk, 2011), persepsi merupakan suatu proses seseorang individu dalam menyeleksi, mengorganisasikan dan menerjemahkan stimulus informasi yang datang menjadi suatu gambaran yang menyeluruh. Persepsi harga ialah bagaimana cara konsumen melihat harga sebagai harga yang tinggi, rendah dan adil. Persepsi harga berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seutuhnya dan memberikan makna yang dalam oleh konsumen. Sedangkan menurut (Kotler Amstrong, 2010), jumlah uang yang dibayarkan untuk suatu produk atau layanan, atau jumlah nilai yang ditukar konsumen untuk memiliki atau menggunakan produk atau layanan jasa tersebut. Harga merupakan variabel yang dapat dikendalikan dan menentukan diterima atau tidaknya konsumen terhadap suatu produk. Harga murah atau mahal suatu produk sangat relatif harus dibandingkan dengan harga produk serupa yang dibuat atau dijual oleh perusahaan lain (Maghfiroh, 2019).

Menurut Kotler dan Keller, (2009) keputusan pembelian ulang dapat diidentifikasi sebagai keinginan seseorang untuk membeli ulang, mencari dan ingin membeli kembali produk yang dikonsumsi sebelumnya. Pembelian ulang dapat terjadi karena konsumen merasa harga yang dibayar sesuai dengan kualitas produk serta layanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan sehingga konsumen akan berniat membeli ulang produk tersebut dalam waktu lain. Minat pembelian ulang yang tinggi mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi dari konsumen ketika memutuskan untuk membeli ulang produk tersebut. Tingginya keputusan pembelian ulang ini akan berdampak positif terhadap keberhasilan produk hal ini didukung oleh hasil penelitian (Wijaya dan Santoso 2021). Banyak faktor yang mempengaruhi pembelian ulang. Menurut Sari (2020), dalam penelitiannya menyatakan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pembelian ulang adalah *brand image* (Samosir, 2022).

Hadirnya sebuah perusahaan KFC pada daerah jember merupakan perkembangan untuk sebuah tempat makan yang lebih menarik, dan dirasakan manfaatnya dengan bisa menggunakan *take away* dan kualitas layanan yang prima. Dalam sebuah perusahaan juga terdapat kelemahan atau kekurangan salah satu kelemahan dari KFC Jember ini harga kurang terjangkau untuk kalangan bawah serta kurang memperhatikan nilai gizi. Pengaruh terhadap kualitas pelayanan yang diberikan pada konsumen sehingga dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. KFC Jember dari tahun ke tahun memiliki perkembangan yang sangat baik yaitu mereka selalu mengembangkan produk dengan menambah fasilitas pada KFC Jember. KFC Jember diperuntukan untuk segala kalangan semua masyarakat. Banyak sekali restoran cepat saji yang berada di Kabupaten Jember salah satunya di kecamatan Kaliwates Jl. Gajah Mada No.74, Kb. Kidul, Jember Kidul, Kabupaten Jember, Jawa Timur. Pendiri pertama KFC di Indonesia adalah keluarga Gelael pada tahun 1978 di jalan Melawai, Jakarta. Beberapa hal yang dilakukan oleh perusahaan KFC agar konsumen tertarik untuk melakukan pembelian ulang dengan cara menawarkan beberapa item sebagai berikut :



Gambar 1. 2 Menu KFC Jember
Sumber : KFC Kecamatan Kaliwates

Berdasarkan gambar menu di atas, harga KFC cukup terjangkau bagi masyarakat sekitar. Jenis menu yang disajikan juga beragam, tidak bertumpu pada 1 menu saja sehingga pembeli tidak merasa bosan dengan menu yang itu-itu saja. Produk yang ditawarkan juga sangat berkualitas sehingga konsumen tidak ragu untuk membeli produk tersebut. Berbagai cara akan dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang baik agar dapat bertahan dalam persaingan dan tentunya memberikan kepuasan bagi konsumen.

Tabel 1. 2
Daftar Menu dan Harga KFC Kecamatan Kaliwates pada tahun 2022-2023

No	Menu	Harga
1.	Paket KFC Chaki kids meal	Rp. 42.000
2.	Paket KFC kombo super family	Rp. 142.000
3.	Paket KFC kombo super star	Rp. 95.000
4.	Paket KFC super besar 1	Rp. 38.000
5.	Paket KFC super besar 2	Rp. 55.000
6.	Chicken Fillet	Rp. 14.000
7.	Fish fillet	Rp. 19.000
8.	OR burger	Rp. 19.000
9	Oriental bento	Rp. 20.000
10.	Twisty	Rp. 19.000

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwa menu pada KFC Kecamatan Kaliwates memiliki menu produk yang lengkap dan berkualitas, harga KFC Kecamatan Kaliwates juga cukup terjangkau bagi masyarakat sekitar. Kepuasan konsumen ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang di kehendaki konsumen , sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan, yang pada saat ini dijadikan tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan. Setiap perusahaan dituntut untuk dapat memberikan kepuasan pelanggan dengan penawaran dan pelayanan yang optimal. KFC Gajah Mada merupakan salah satu gerai KFC yang pertama kali berdiri di Kabupaten Jember pada tanggal 28 Maret 2007 dan sampai saat ini masih beroperasi serta memiliki banyak pengunjung.

Tabel 1. 3
Data Pengunjung KFC Gajah Mada Jember Tahun 2022

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Juli	8.191
2	Agustus	7.805
3	September	7.646
4	Oktober	8.205
5	November	7.448
6	Desember	9.036

Sumber : Data diolah melalui data pribadi KFC Gajah Mada, 2023

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa jumlah pengunjung KFC Gajah Mada Jember mengalami fluktuasi. Jumlah pengunjung di KFC Gajah Mada Jember ini merupakan total pengunjung yang membeli secara dine in dan take away. Rating restoran Fast Food di Jember menunjukkan bahwa KFC Gajah Mada Jember menduduki rating terendah seperti yang disajikan pada tabel 1. 4.

Tabel 1. 4
Rating Restoran *Fast Food* di Jember

No	Nama Restoran <i>Fast Food</i>	Alamat	Rating
1	Hoka Hoka Bento	Roxy Jember Square	4,7
2	McDonald's	Jl Hayam Wuruk No.40a, Gerdu, Sempusari, Kec. Kaliwates	4,6
3	KFC Gajah Mada Jember	Jl. Gajah Mada No.74, Jember Kidul, Kec. Kaliwates	4,4

Sumber : Data diolah melalui www.google.com, 2023.

Tabel 1.4 menunjukkan bahwa KFC Gajah Mada Jember menduduki rating terendah yakni sebesar 4,4. Sebagai restoran fast food yang pertama berdiri di Jember, KFC Gajah Mada termasuk salah satu restoran yang memiliki fasilitas cukup lengkap. Harga yang ditawarkan juga bervariasi sehingga memudahkan pelanggan untuk memilih harga yang dikehendaki sesuai dengan kebutuhan. Berikut data perbandingan harga fried chicken di KFC Gajah Mada Jember, McDonald's, dan Hoka Hoka Bento.

Dalam mengukur tingkat kepuasan konsumen maka perlu membandingkan tingkat harapan konsumen dengan tingkat kinerja perusahaan. Keinginan konsumen diantaranya produk yang dijual memiliki kualitas yang baik, harga jual produk sesuai dengan kualitas produk, lokasi yang strategis, keramahan dan kecepatan karyawan dalam melayani konsumen, kebersihan toko, tersedianya kursi tunggu yang cukup, suasana toko yang nyaman. Tingkat harapan lebih tinggi daripada kinerja perusahaan itu berarti bahwa konsumen belum mencapai kepuasan dan begitu pula sebaliknya. Berbagai cara dapat ditempuh untuk mencapai tujuan tersebut, salah satunya adalah memahami kebutuhan dan keinginan pasar untuk dijadikan dasar merumuskan strategi kepuasan konsumen. Melihat keadaan inilah penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui dan menganalisis tingkatkepuasan konsumen dalam perusahaan KFC Jember. Oleh karena itu penelitian ini mengambil judul "***PENGARUH BRAND IMAGE KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP PEMBELIAN ULANG PADA KFC JEMBER***".

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah *brand image* (Citra Merek) berpengaruh terhadap Pembelianulang produk KFC Jember?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap pembelian ulang produk KFC Jember?
3. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap pembelian ulang produk KFC Jember?

1.3 Tujuan

1. Untuk mengetahui apakah brand image (citra merek) berpengaruh terhadap pembelian ulang produk KFC Jember.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap pembelian ulang produk KFC Jember.
3. Untuk mengetahui apakah persepsi harga berpengaruh terhadap pembelian ulang produk KFC Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi perusahaan agar nantinya dapat mempertimbangkan masalah dari masukan yang telah dibuat terutama mengenai *brand image*, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap pembelian ulang guna mendapatkan omset penjualan.

2. Bagi penulis

Penelitian ini sebagai sarana untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam penerapan teori-teori yang diperoleh pada saat kuliah.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pembuatan program khususnya penelitian mengenai pengaruh *brand image*, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap pembelian ulang produk KFC di kota Jember.