

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada era sekarang ini, masalah pemasaran hakekatnya tidak hanya diarahkan untuk memuaskan pelanggan tetapi juga ditujukan untuk mempengaruhi keputusan pembelian. Sehingga keputusan pembelian konsumen mempunyai moment yang penting di dalam aktivitas perusahaan. Maka, keputusan pembelian merupakan titik penting dalam proses pencarian atas beberapa alternatif yang ada agar dapat menentukan pembelian yang nyata pada suatu produk.

Persaingan bisnis yang semakin ketat saat ini melibatkan industri di bidang makanan dipicu oleh perubahan pola makan masyarakat kota yang gemar makan di luar dan jumlah penduduk Indonesia yang besar merupakan daya tarik yang mendorong berbagai kalangan pengusaha untuk melakukan investasi bisnis ke bidang restoran. Dengan semakin bertambahnya jumlah penduduk mengakibatkan kebutuhan makanan juga semakin meningkat. Meningkatnya jumlah penduduk di Indonesia khususnya di kota Jakarta akan sangat memberikan peluang bagi bisnis untuk lebih berkembang. Industri restoran merupakan industri yang akan selalu berkembang. Hal ini disebabkan oleh mobilitas masyarakat yang semakin tinggi sehingga banyak kegiatan yang dilakukan di luar rumah yang pada akhirnya memilih untuk makan di luar (Sigma Research, 2017).

Di Indonesia, tempat makan atau restoran sudah sangat berkembang pesat. Aktivitas makan sudah menjadi kebiasaan atau gaya hidup seseorang dan tidak hanya memenuhi kebutuhan pokok saja, tetapi sudah menjadi salah satu tren seseorang di samping memenuhi rasa laparnya. Sekarang ini banyak orang yang suka berkunjung ke tempat-tempat makan untuk memenuhi rasa ingin tahu terhadap rasa makanan yang disajikan atau untuk memenuhi hasrat atau untuk menghilangkan rasa lapar dengan memesan menu yang disukai. Setiap orang memiliki pilihan menu atau selera yang berbeda, ada yang menginginkan tercapainya kepuasan mereka karena status rumah makan tersebut yang bergengsi

dengan pelayan yang mewah dan mengeluarkan uang dalam jumlah yang besar. Beberapa orang memilih rumah makan yang sederhana tetapi memberikan kepuasan dalam rasa makanan yang disantapnya ada juga yang mengunjungi rumah makan karena unikan dan kekhasan suasana yang tidak mereka peroleh dirumah makan lainnya.

Salah satu jenis industri restoran yang sedang berkembang saat ini diantaranya yaitu restoran waralaba seperti restoran cepat saji (fast food restaurant). Sekarang ini, tepatnya di Jakarta semakin banyak dijumpai outlet-outlet restoran cepat saji baik lokal maupun restoran asing. Seperti McDonald, KFC, CFC, dan Texas Chicken. Di Jakarta juga berkembang restoran waralaba yang bertema keluarga seperti Pizza Hut.

Pada saat ini restoran waralaba sudah mulai menjamur di Ibukota Jakarta. Pada umumnya sudah banyak yang memperhatikan kepuasan konsumen seperti penciptaan suasana yang nyaman yang didukung dengan desain interior unik dan tersedianya berbagai fasilitas tambahan seperti hiburan musik, wifi serta sejenisnya merupakan daya tarik khusus bagi para konsumen yang pada akhirnya akan mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Contohnya restoran cepat saji McDonald dan KFC.

Faktor citra merek, harga dan label halal merupakan beberapa faktor yang menjadi pertimbangan konsumen saat akan membeli suatu produk. Beberapa penelitian menunjukkan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian antara lain citra merek, harga dan halal.

Faktor harga juga variabel penting dalam strategi pemasaran. Pada setiap produk atau jasa yang ditawarkan, bagian pemasaran berhak menentukan harga pokoknya. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam penerapan harga tersebut antara lain biaya, keuntungan praktek persaingan, dan perubahan keinginan pasar. Dimana rendah tingginya harga yang diberikan kepada konsumen berpengaruh terhadap laku atau tidaknya suatu produk dipasaran. Penetapan harga oleh perusahaan sendiri harus disesuaikan oleh lingkungan dan perubahan yang terjadi dimana persaingan usaha semakin ketat seiringnya perkembangan waktu.

Faktor label halal juga sangat penting, karena sering digunakan untuk makanan ataupun minuman yang diperoleh untuk dikonsumsi menurut syariat Islam. Sedangkan dalam konteks luas istilah halal merujuk kepada segala sesuatu baik itu tingkah laku, aktifitas, maupun cara berpakaian dan lain sebagainya yang diperbolehkan atau diizinkan oleh hukum Islam. Label halal merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual.

Menurut Kotler (2008 : 179), terdapat 5 tahapan proses pembelian, yakni : Pertama, pengenalan kebutuhan adalah tahapan pertama proses keputusan pembeli, dimana konsumen menyadari suatu masalah atau kebutuhan. Kedua, pencarian informasi adalah tahap proses keputusan pembeli, dimana konsumen ingin mencari informasi lebih banyak, konsumen mungkin hanya memperbesar perhatian atau melakukan pencarian informasi secara efektif. Ketiga, evaluasi alternatif adalah tahap proses keputusan pembeli, dimana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek alternatif dalam sekelompok pilihan. Keempat, keputusan pembelian keputusan pembeli tentang merek mana yang dibeli. Kelima, perilaku pasca pembelian tahap proses keputusan pembelian dimana konsumen mengambil tindakan selanjutnya setelah pembelian, berdasarkan kepuasan mereka atau ketidakpuasan mereka.

Dunia bisnis yang tumbuh dengan pesat menjadi tantangan maupun ancaman bagi para pelaku usaha supaya dapat memenangkan persaingan dan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya. Menurut Schiffman dan Kanuk (2009 : 112), keputusan pembelian yaitu pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang bisa membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan untuk membeli bisa mengarah pada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan. Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh perilaku konsumen.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka dapat dirumuskan perumusan masalah ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh citra merek dengan keputusan pembelian pada Restoran Sederhana?.
2. Apakah terdapat pengaruh harga dengan keputusan pembelian pada Restoran Sederhana?.
3. Apakah terdapat pengaruh label halal dengan keputusan pembelian pada Restoran Sederhana?.
4. Apakah terdapat pengaruh citra merek, harga dan label halal dengan keputusan pembelian pada Restoran Sederhana?.

1.2. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian menyatakan target penelitian yang akan dicapai yang merupakan penyelesaian masalah yang diajukan.

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada Restoran Sederhana.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Restoran Sederhana.
3. Untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian pada Restoran Sederhana.
4. Untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga dan label halal terhadap keputusan pembelian pada Restoran Sederhana.

1.3. Manfaat Penelitian

Penelitian ini membantu penulis untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek, harga dan label halal terhadap keputusan pembelian konsumen di Indonesia. Bagian ini menjelaskan manfaat penelitian dan kontribusi penelitian yang dilakukan bagi beberapa pihak. Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini berguna untuk memperluas wawasan berpikir dan memberikan kontribusi berupa pemahaman mengenai pemahaman serta menambah pengetahuan mengenai pengaruh citra merek, harga dan label halal terhadap

keputusan pembelian dan sebagai studi banding dalam rangka penerapan teori yang telah diperoleh dengan kenyataan dalam pelaksanaan sehari-hari.

2. Bagi regulator

Penelitian ini banyak menggunakan referensi dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) sebagai acuan dalam memberikan tambahan pemikiran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan mengenai seberapa pentingnya pengaruh citra merek, harga, dan label halal terhadap keputusan pembelian pada Restoran Sederhana.

3. Bagi investor

Penelitian ini dapat dijadikan sumber penelitian untuk perkembangan pada bidang yang sama mengenai pengaruh citra merek, harga, dan label halal terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini bermanfaat kepada investor karena dapat membantu investor memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sehingga investor dapat melakukan pemilihan suatu produk makanan secara lebih selektif yang lebih baik dan dapat menjadi referensi atau bahan masukan bagi peneliti-peneliti selanjutnya.