

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini, persaingan pasar semakin ketat sehingga dapat mempengaruhi usaha suatu perusahaan dalam mempertahankan pangsa pasar. Perusahaan dituntut untuk dapat memahami perilaku konsumen yang termasuk dalam pasar sasarannya dengan menjual atau menawarkan produk yang berkualitas dengan harga yang bersahabat disertai dengan suasana restoran yang nyaman serta pelayanan yang baik kepada konsumennya. Apabila hal tersebut dapat dilakukan, maka perusahaan mempunyai kesempatan mendapat keuntungan yang lebih dibandingkan dengan pesaing dan dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Selain dituntut dalam memahami perilaku konsumen, perusahaan juga dituntut untuk melakukan jual beli yang sesuai dengan syariat dan tidak melakukan riba. Hal tersebut sesuai dengan potongan ayat Al-Qur'an pada Surat Al-Baqarah ayat 275 sebagai berikut:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya : “Dan Allah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba.”

Menghalalkan jual beli yang dimaksud ialah jual beli yang sudah sesuai dengan syariat Islam salah satunya dengan memperjualbelikan makanan dan minuman yang halal sehingga aman dikonsumsi oleh manusia dan tidak melakukan riba.

Pada era modern ini, orang akan lebih sering untuk melakukan aktivitas diluar seperti membeli makanan. Suasana restoran biasanya pertama kali dirasakan oleh pelanggan saat memasuki restoran sebelum layanan diantarkan. Menurut (Shehata, 2020) menjelaskan bahwa aroma yang menyenangkan, music yang menyenangkan, iklim atau suhu yang nyaman, tingkat kebisingan yang rendah serta pencahayaan yang tepat termasuk dalam suasana restoran. Hal tersebut membuat pemilik restoran untuk lebih berupaya merancang dan menyediakan lingkungan yang lebih nyaman bagi konsumen.

Menurut (Prabowo, 2018) meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikaan pelayanan yang lebih memuaskan dari pada yang dilakukan pesaing. Kualitas pelayanan merupakan wujud perbandingan dari konsumen terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan dari perusahaan dengan kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen.

Selain kedua faktor diatas, harga juga memegang peranan penting dalam keputusan konsumen dalam melakukan minat beli ulang. Menurut (Tjiptono, 2009) harga dapat mempengaruhi posisi bersaing dan pangsa pasar perusahaan. Dampaknya, harga berpengaruh pada pendapatan dan laba bersih perusahaan. Oleh sebab itu penetapan harga yang tepat akan sangat mempengaruhi pendapatan perusahaan serta ketertarikan konsumen dalam membeli suatu produk. Sehubungan dengan hal tersebut diatas maka

konsumen yang akan membeli suatu produk harus memperhatikan 3 hal tersebut diatas karena ketiganya tersebut nantinya akan berdampak positif terhadap keputusan pembelian konsumen yang dapat mempengaruhi minat beli ulang.

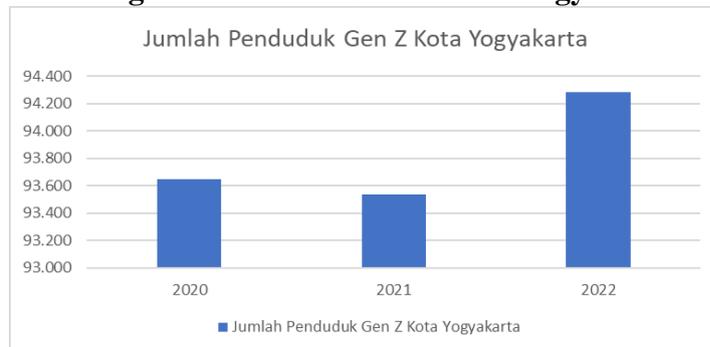
Saat ini dunia bisnis di Indonesia mengalami banyak perkembangan yang sangat signifikan di segala aspek. Seperti halnya banyak bermunculan bisnis di bidang makanan yang semakin beragam, dikarenakan setiap harinya masyarakat membutuhkan makanan mulai dari makanan yang berada di pinggir jalan hingga restoran sehingga mengakibatkan persaingan dalam suatu usaha bisnis di bidang makanan menjadi sangat ketat. Untuk dapat bertahan dalam persaingan bisnis tersebut, pelaku usaha harus terus menyesuaikan kebutuhan dan keinginan serta harapan konsumen. Selain itu, pelaku usaha di bidang makanan harus secara terus-menerus melakukan inovasi pada produk penjualan yang di tawarkan, sehingga masyarakat akan tetap minat terhadap produk tersebut.

Perkembangan zaman saat ini menyebabkan masyarakat memiliki kesibukan dan mobilitas yang tinggi menyebabkan orang malas memasak, hal itu membuat mereka lebih memilih mengkonsumsi makanan siap saji agar efektif dan dapat menghemat waktu. Menurut (Danawira, 2019) selain dapat memenuhi kebutuhan *primer*, saat ini makanan cepat saji juga bagian dari gaya hidup, dimana *food court* dan restoran cepat saji menjadi tempat berkumpul yang diminati. Gaya hidup ini sesuai dengan karakter orang Indonesia yang senang berkumpul dengan kerabat atau keluarga.

Salah satu makanan yang mudah dijumpai makanan cepat saji (*fast food*) yang marak ditawarkan kepada masyarakat. Menurut (Lastariwati & Janah, 2016) makanan cepat saji (*fast food*) adalah jenis makanan yang tersedia dalam waktu cepat dan dapat langsung disantap seperti ayam goreng tepung (*fried chicken*), pizza, kentang goreng, burger, dan sebagainya. Penyiapan dan pengolahan yang cepat, mudahnya memperoleh makanan siap saji yang tersedia di pasaran serta beragam variasi yang ditawarkan membuat masyarakat tertarik untuk membeli.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Health Education Authority pada tahun 2012 dikutip dalam (Samingan et al., 2021) konsumen yang memilih makanan *fast food* memiliki rentang umur 15-34 tahun. Dalam rentang usia tersebut dapat dikatakan bahwa usia tersebut termasuk dalam generasi Z. Menurut (Argina, 2022) di Indonesia belum terdapat data yang pasti, penelitian tersebut dapat dipakai sebagai cermin dalam tatanan masyarakat kita, bahwa rentang usia tersebut merupakan golongan pelajar yang lebih banyak memiliki aktivitas fisik yang dilakukan.

Gambar 1.1
Diagam Penduduk Gen Z Kota Yogyakarta



Sumber:

https://opendata.jogjakota.go.id/data/capil/umur_tahun_serises

Berdasarkan data penduduk generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta tahun 2020 – 2022 menunjukkan bahwa jumlah penduduk generasi Z mengalami penurunan pada tahun 2021 lalu mengalami peningkatan pada tahun 2022. Peningkatan jumlah penduduk generasi Z di Kota Yogyakarta yakni pada tahun 2022 sebesar 94.282 jiwa.

Menurut (Angela & Paramita, 2020) generasi Z memiliki karakter yang menyukai kemudahan, kepraktisan, dan kecepatan dalam proses transaksi. Generasi Z memiliki aktivitas yang padat menyebabkan masyarakat generasi Z lebih memilih untuk mengkonsumsi makanan *fast food* atau cepat saji. Rasanya yang nikmat, praktis dalam penyajian, dan harga yang relatif terjangkau menjadi faktor pendukung masyarakat untuk membeli makanan cepat saji. Salah satu tempat makan *fast food* yang terdapat di Kota Yogyakarta dan cukup terkenal di kalangan pelajar maupun mahasiswa yaitu *Rocket Chicken*. Banyaknya menu varian yang ditawarkan dan penyajian yang cepat di *Rocket Chicken* menjadi daya tarik tersendiri

bagi para konsumen karena seiring dengan perkembangan zaman, para konsumen lebih mengutamakan efisiensi waktu dalam segala hal termasuk penyajian makanan. Tidak sedikit pesaing *Rocket Chicken* yang terdapat di Kota Yogyakarta seperti Olive, Popeye, Jogja Chicken, KFC, McDonalds, dan sebagainya. Namun *Rocket Chicken* masih dapat mempertahankan sebagai tempat makan yang eksis dengan melakukan berbagai inovasi atau strategi antara lain memberikan diskon atau potongan harga, paket hemat, dan penawaran-penawaran menarik lainnya.

Gambar 1.2 Paket *Rocket Chicken*



Sumber foto: dokumentasi pribadi

Gambar 1.3 Paket Indomie *Rocket Chicken*



Sumber foto: dokumentasi pribadi

Dengan beragam paket yang ditawarkan merupakan salah satu penerapan inovasi atau strategi yang dilakukan *Rocket Chicken* untuk

menarik minat konsumen dan diharapkan dapat bersaing dengan produk sejenis seperti Olive dan Popeye. Salah satu pesaing *Rocket Chicken* ialah Olive yang mempunyai beragam paket yang ditawarkan namun tidak sebanyak dengan paket yang ditawarkan oleh *Rocket Chicken*. Hal tersebut dapat menjadi keuntungan bagi *Rocket Chicken* karena konsumen dapat memilih lebih banyak paket yang ditawarkan.

Tabel 1.1
Perbandingan Paket

<i>Rocket Chicken</i>	Olive
Paket Rocket	Paket The
Paket Geprek	Paket Olive
Paket Cheesy	-
Paket Sehat	-
Paket Roma	-
Paket Indomie Geprek	-

Sumber: dokumen pribadi

Penerapan inovasi atau strategi tersebut, dimaksudkan untuk memberikan pengalaman yang positif pada setiap konsumen dan dari pengalaman positif tersebut menimbulkan dorongan untuk melakukan pembelian ulang yang pada akhirnya akan menciptakan konsumen yang loyal terhadap produk dari *Rocket Chicken*. Selain itu, *Rocket Chicken* juga memberi warna merah untuk pengecatan di dinding resto agar dapat dijadikan ciri khas tersendiri. Pengalaman yang menarik kepada konsumen

agar konsumen dapat berminat berkunjung kembali dan membuat konsumen merasa loyal serta dapat memberikan rasa nyaman dan aman dengan sudah terdaftar halal MUI sehingga konsumen beragama muslim dapat menikmati makanan tanpa rasa khawatir tidak halal.

Gambar 1.4 Suasana Restoran *Rocket Chicken*



Sumber foto : [Instagram.com/RocketChicken](https://www.instagram.com/RocketChicken)

Peneliti tertarik untuk mengkaji atau meneliti lebih jauh suasana restoran, kualitas pelayanan, dan harga terhadap minat beli ulang khususnya di *Rocket Chicken* cabang Gayam yang beralamat di Jl. Doktor Sutomo No. 1, Bausasran, Kec. Danurejan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 5521 karena menurut Ibu Artha selaku SPV dari salah satu cabang *Rocket Chicken* mengemukakan bahwa *Rocket Chicken* belum meendapatkan omset yang stabil dan diharapkan pada tahun 2022. Selain itu berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Ahmad Fadhila Disgantara 2019 kepada 15 orang pengunjung mendapatkan gambaran: 5 orang mengatakan *Rocket Chicken* memiliki rasa yang lebih kriuk dibanding

pesaing sejenis. Sebanyak 4 orang mengatakan pegawai *Rocket Chicken* kurang tanggap dalam melayani konsumen. Pendapat lainnya berasal dari 6 orang yang mengatakan *Rocket Chicken* memiliki lahan parkir yang kurang luas (Disgantara, 2019).

Astuti dan Albari mengemukakan bahwa, minat beli konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang baik. Sedangkan Kotler dan Keller berpendapat bahwa minat beli adalah respon dari perilaku pelanggan yang muncul terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian. Para pengusaha yang mempunyai bisnis khususnya di bidang makanan sangat bergantung pada kualitas pengalaman pembelian konsumen sehingga jika konsumen menerima pengalaman yang positif maka dapat mempunyai kemungkinan untuk melakukan pembelian ulang. Seperti minat beli ulang, konsumen sangat berpengaruh terhadap penjualan. Semakin tinggi minat beli ulang yang dilakukan oleh konsumen maka mencerminkan semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen ketika memutuskan untuk membeli suatu produk. Jika konsumen membeli secara berulang, maka konsumen merasa loyal terhadap produk tersebut, sehingga perusahaan dapat memberikan produk yang diharapkan. Berbeda halnya jika produk tidak sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen akan mencari alternatif produk yang lain.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Suasana Restoran, Kualitas**

Pelayanan, dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen *Rocket Chicken* Kota Yogyakarta Cabang Gayam)”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka diperoleh rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah suasana restoran berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang di outlet *Rocket Chicken* Kota Yogyakarta Cabang Gayam?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang di outlet *Rocket Chicken* Kota Yogyakarta Cabang Gayam?
3. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang di outlet *Rocket Chicken* Kota Yogyakarta Cabang Gayam?
4. Apakah suasana toko, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap minat beli ulang di outlet *Rocket Chicken* Kota Yogyakarta Cabang Gayam?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dijelaskan, diperoleh tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh positif dan signifikan suasana restoran terhadap minat beli ulang di outlet *Rocket Chicken* Kota Yogyakarta Cabang Gayam.

2. Menganalisis pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang di outlet *Rocket Chicken* Kota Yogyakarta Cabang Gayam.
3. Menganalisis pengaruh positif dan signifikan harga terhadap minat beli ulang di outlet *Rocket Chicken* Kota Yogyakarta Cabang Gayam.
4. Menganalisis suasana restoran, kualitas pelayanan, dan harga terhadap minat beli ulang di outlet *Rocket Chicken* Kota Yogyakarta Cabang Gayam secara simultan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dengan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk dijadikan sumber informasi dalam menjawab permasalahan-permasalahan yang terjadi tentang pengaruh minat pembelian ulang serta memperluas wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh suasana restoran, kualitas pelayanan, dan harga terhadap minat beli ulang sehingga penelitian ini dapat dijadikan referensi.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi penulis

Dapat menambah wawasan dan pengalaman tentang pengaruh suasana restoran, kualitas pelayanan, dan harga terhadap minat beli ulang.

b. Bagi perusahaan

Dengan penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk membantu perusahaan dalam menyelesaikan permasalahan tentang suasana restoran, kualitas pelayanan, dan harga terhadap minat beli ulang.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi, rujukan, sumber informasi untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya agar bisa lebih dikembangkan dalam variabel – variabel yang lainnya untuk meningkatkan minat pembelian ulang.