

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di zaman yang berkembang seperti saat ini, kompetisi yang tajam di semua faktor bisnis tidak dapat dihindari, baik dari sektor industri manufaktur maupun jasa. Dalam lingkungan bisnis dengan tingkat persaingan yang semakin kompetitif, setiap perusahaan dituntut untuk dapat mempertahankan konsumen mereka. Dalam hal ini, perusahaan dituntut untuk selalu kreatif dan berinovasi untuk dapat bertahan, sehingga dalam mengembangkan sebuah produk, produsen harus menentukan mutu yang harus dapat menempatkan posisi produk tersebut di pasar. Swasta (2011:5) mutu yang ditawarkan diharapkan lebih unggul atau memiliki *value* yang lebih dari produk pesaing. Dengan demikian produk tersebut tetap selalu memiliki daya tarik bagi konsumen.

Menurut Ferdinand (2014:6) keputusan pembelian merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Selain itu keputusan pembelian adalah transaksi konsumen cenderung menunjukkan perilaku setelah mengevaluasi produk dan mengadopsi reaksi konsumen terhadap produk untuk mengukur kemungkinan pembelian konsumen (Schiffman dan Kanuk, 2018:3).

Kota Kudus merupakan salah satu kota yang memiliki perkembangan bisnis makanan yang sangat pesat. Berbagai sudut kota dapat terlihat banyak

macam makanan yang ditawarkan dan bermunculan mulai dari restoran hingga warung makan. Salah satu yang menjadi daya tarik peneliti adalah restoran cepat saji KFC Cabang Kudus. *Kentucky Friend Chicken* atau yang saat ini lebih dikenal dengan nama KFC merupakan salah satu restoran *fast food* yang memiliki banyak cabang di berbagai penjuru dunia. Berdasarkan data internal perusahaan, diketahui KFC Kudus mengalami penurunan jumlah penjualan seperti tertera pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Data Penjualan KFC Kudus
Januari s/d Juni 2021

No	Bulan	Jumlah Penjualan (Rp)
1	Januari	14.819.000,00
2	Februari	14.512.000,00
3	Maret	13.927.000,00
4	April	13.923.000,00
5	Mei	7.692.000,00
6	Juni	6.998.000,00

Sumber: Data Internal Perusahaan, 2021

Pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa terjadi penurunan penjualan dari bulan Januari sampai Juni 2021. Dari kejadian di atas menunjukkan keputusan pembelian pada KFC Kudus mengalami penurunan. Jika dilihat dari tabel 1.1 yang terus mengalami penurunan menjadi alasan penelitian ini yaitu untuk menganalisis keputusan pembelian berdasarkan kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan lokasi dari restoran cepat saji KFC Kudus.

Ada perbedaan penelitian (*gap research*) pada penelitian yang dilakukan oleh Wibowo dan Rahayu (2021) di mana hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian,

sedangkan Ali dan Alim (2019) hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian Abriansyah dan Nurdin (2020) menyatakan bahwa tata letak fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Bertolak belakang dari penelitian sebelumnya, penelitian oleh Sari dan Hidayat (2020) bahwa fasilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian Wibowo dan Rahayu (2021) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Bertolak belakang dari penelitian sebelumnya, yaitu penelitian oleh Ali dan Alim (2019) bahwa harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian yang dilakukan oleh Abriansyah dan Nurdin (2020) menyatakan jika lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Brata dkk (2020) yang menyatakan lokasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas yang ada dan melihat pentingnya kepuasan bagi perusahaan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Kfc Di Kudus) “**

1.2. Ruang Lingkup

Untuk menghasilkan alur pembahasan yang baik dan terarah agar penelitian dapat tercapai, maka ruang lingkup penelitian ini adalah :

1. Objek penelitian ini adalah KFC Kudus
2. Variabel independen dalam dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga dan Lokasi
3. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan pembelian
4. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen KFC Kudus.

1.3. Rumusan Masalah

Pada fenomena yang terjadi pada restoran cepat saji KFC adalah menurunnya jumlah penjualan jika dilihat dari tabel data penjualan KFC Kudus, hal tersebut disebabkan karena keputusan pembelian rendah. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan permasalahan yang dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di KFC Kudus?
2. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap keputusan pembelian di KFC Kudus?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di KFC Kudus?
4. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di KFC Kudus?
5. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian di KFC Kudus secara berganda?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang akan dibahas maka adapun tujuan penelitian ini yaitu :

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di KFC Kudus
2. Menganalisis pengaruh fasilitas terhadap keputusan pembelian di KFC Kudus
3. Menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di KFC Kudus
4. Menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di KFC Kudus
5. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian di KFC Kudus secara berganda.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menerapkan ilmu yang didapat selama perkuliahan yang dijalani penulis sehingga mampu menambah pengetahuan dan wawasan khususnya yang berkaitan dengan konsentrasi manajemen pemasaran bagi semua orang yang membacanya khususnya mahasiswa Universitas Muria Kudus.

2. Bagi Pembaca

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber saran bagi pihak yang berkepentingan khususnya bagi mahasiswa yang akan menempuh skripsi dan juga dapat memberikan pengetahuan dan kontribusi dalam memajukan pendidikan di Indonesia khususnya bagi mahasiswa Ekonomi di Universitas Muria Kudus.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan terkait dalam peningkatan kualitas pelayanan, fasilitas yang disediakan, harga yang terjangkau dan pemilihan lokasi sehingga dapat mempertahankan jumlah konsumen dan bila perlu dapat meningkatkan keputusan pembelian.

