

BAB I

PENDAHULUAN

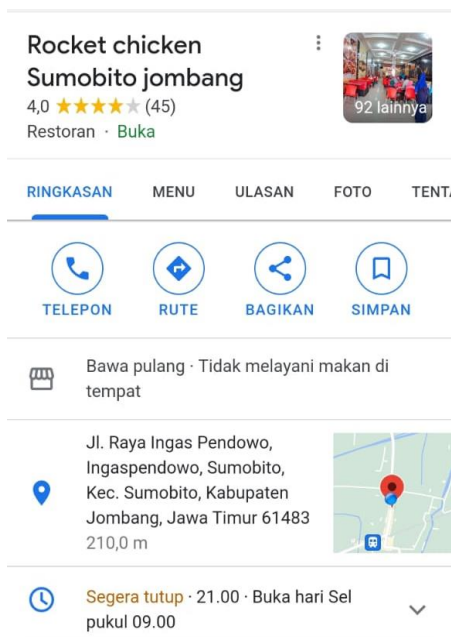
1.1 Latar Belakang

Bisnis kuliner merupakan salah satu bisnis yang berkembang pesat dan memiliki potensi berkembang yang cukup pesat saat ini. Namun tak sedikit pula yang harus bangkrut karena strategi pemasaran yang digunakan kurang tepat dan kualitas yang kurang optimal (Ernawati, 2018). Dengan berkembangnya zaman di Indonesia saat ini sudah mulai banyak pebisnis yang mendirikan usaha dengan menggunakan merek sendiri, dengan variasi produk dan cita rasa yang berbeda dengan merek yang sudah terkenal atau merek Global. Dengan ini pebisnis berlomba-lomba membuat merek local dengan nama-nama yang unik dan menarik sehingga dapat menaikkan popularitas merek yang dibuat.

Fast food merupakan salah satu bisnis yang diminati oleh pebisnis muda khususnya. *Fast food* adalah makanan yang disajikan dengan cepat oleh restoran yang menyediakan dalam bentuk makan ditempat atau dibawa pulang. Salah satu penyebab peningkatan konsumsi *fast food* adalah adanya perubahan dalam gaya hidup, dimana gaya hidup saat ini menuntut individu untuk melakukan lebih banyak aktivitas diluar rumah. Hal ini membuat masyarakat tidak punya banyak waktu untuk memasak makanan sendiri. Di Indonesia, ada beberapa waralaba yang menawarkan *fast food fried chicken* siap pakai, tetapi dengan harga yang cukup tinggi. Seperti di Indonesia ada MCD dan KFC. Harga tersebut tidak bisa dijangkau oleh kalangan menengah ke bawah. Ini mengarah ke lahirnya merek-merek local yang juga menawarkan produk serupa, namun dengan harga yang relative terjangkau. *Fast food*

fried chicken local juga mudah ditemukan dan memiliki lokasi yang sesuai dengan tempat tinggal konsumen sehingga masyarakat nantinya lebih hemat jika ingin membeli (Mentari, 2020).

Salah satu *fast food fried chicken* merek lokal di Jombang adalah DnD Chicken And Burger, lokasinya berada di kecamatan Sumobito, Jombang. *Fast food* lokal ini masih tergolong baru yang didirikan oleh seorang owner yang umurnya masih muda. DnD Chicken And Burger belum mempunyai cabang namun kualitasnya tidak jauh dari *fast food fried chicken* lokal lainnya. Konsumen dari *fast food* ini adalah masyarakat kalangan menengah di daerah kecamatan Sumobito kabupaten Jombang. Ada juga *fried chicken* merek lokal di Sumobito yaitu Rocket Chicken, tetapi merek ini sudah mempunyai cabang di beberapa kota di DIY, Jawa Tengah, Jawa Barat, Jawa Timur.



Gambar 1.1

Rating Fast Food di Sumobito, Jombang.

Sumber : www.google.com

Dari gambar 1.1 dapat diketahui bahwa DnD Chicken And Burger menjadi salah satu *fast food* lokal yang telah berkembang di Kecamatan Sumobito Jombang, dan mendjadi pilihan masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya. DnD Chicken And Burger menyediakan makanan siap saji dengan berbagai variasi menu pilihan seperti ayam geprek, ayam teriyaki, ayam saus korea, rice bowl, burger dan kebab. DnD Chicken And Burger hanya mempunyai satu restoran yang beralamatkan di Jl. Raya Ingas Pendowo, Sumobito, Kabupaten Jombang.

Tabel 1.1

Data Penjualan DnD Chicken And Burger Bulan Januari 2021-Mei 2021

No	Bulan	Omset
1	Januari	Rp50.650.000
2	Februari	Rp51.235.500
3	Maret	Rp51.541.000
4	April	Rp52.101.500
5	Mei	Rp52.610.500

Sumber: Owner DnD Chicken And Burger

Berdasarkan tabel 1.1 data penjualan Dnd Chicken And Burger bahwa 5 bulan terakhir mengalami kenaikan omset per bulannya yaitu mulai bulan Januari 2021 Rp50.650.000 dan terus naik sampai bulan Mei 2021 Rp52.610.500, dengan ini *fast food* DnD Chicken And Burger menjadi semakin berkembang.

Tabel 1.1

Data Penjualan Raket Chicken Sumobito Bulan Januari 2021-Mei 2021

No	Bulan	Omset
1	Januari	Rp 46.940.000
2	Februari	Rp 47.427.500
3	Maret	Rp 47.931.000
4	April	Rp48.422.500
5	Mei	Rp49.010.500

Sumber: Rocket Chicken Sumobito

Berdasarkan tabel 1.2 data penjualan Raket Chicken Sumobito bahwa 5 bulan terakhir mengalami kenaikan omset per bulannya yaitu mulai bulan Januari 2021 Rp 46.940.000 dan terus meningkat sampai bulan Mei 2021 Rp49.010.500.

Bisnis saat ini, didukung dengan adanya pola hidup modern masyarakat yang menjadikan para pelaku bisnis berlomba-lomba meningkatkan strategi pemasarannya. Secara umum para pelaku bisnis juga mempunyai keunggulan-keunggulan pada bisnisnya sehingga akan menarik konsumen untuk memutuskan pembelian (Lusita, 2021).

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh DnD Chicken And Burger ini adalah dengan mengembangkan variasi menunya. Variasi menu menurut Philip Kotler variasi produk sebagai ahli tersendiri dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan atau ciri-ciri (Kotler & Keller, 2008). Penjual dapat menarik konsumen untuk berkunjung ke restorannya dengan menyediakan variasi menu yang beragam. Karena dengan banyaknya kebutuhan masyarakat yang kian meningkat membuat konsumen lebih tertarik untuk datang ke restoran yang menyediakan kebutuhan mereka (Ernawati, 2018).



Gambar 1.2

Variasi Menu DnD Chicken And Burger

Sumber : *Owner DnD Chicken And Burger*

Dari gambar 1.2 dapat diketahui variasi menu dari DnD Chicken and Burger. DnD Chicken And Burger menyediakan berbagai menu hidangan *fried chicken* diantaranya ada ayam goreng original, ayam geprek berbagai level, rice bowl, rice box, kebab, burger dan minuman seperti teh, orange, dan milo.

Sebagai merek lokal hal yang sangat penting adalah memperkenalkan cita rasa yang khas kepada masyarakat. Menurut (Drummond & brefere, 2010) cita rasa adalah cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa makanan tersebut. Cita rasa merupakan atribut makanan yang meliputi penampilan, bau, rasa, tekstur dan suhu. *Fast food* DnD

Chicken And Burger ini mempunyai cita rasa yang khas pada menu ayam gepraknya, sehingga konsumen dapat melakukan keputusan pembelian.

Keputusan pembelian sendiri adalah Menurut (Kotler & Keller, 2012) keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Menurut Schiffman dan Kanuk (2014) keputusan pembelian didefinisikan sebagai sebuah pilihan dari dua tahu lebih alternatif pilihan. Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Variasi Produk Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian pada DnD Chicken And Burger di Sumobito, Jombang”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah maka dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh secara signifikan variable variasi produk terhadap keputusan pembelian pada DnD Chicken And Burger ?
2. Apakah terdapat pengaruh secara signifikan variable cita rasa terhadap keputusan pembelian pada DnD Chicken And Burger ?

1.3 Batasan masalah

Karena keterbatasan waktu, biaya dan kemampuan, maka penelitian ini dibatasi dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan untuk meneliti variabel variasi produk, cita rasa, dan keputusan pembelian.

2. Responden yang menjadi objek penelitian ini adalah konsumen DnD Chicken And Burger di Sumobito Jombang (Jln.Raya Ingas Pendowo Asri No.2).
3. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2021.
4. Responden yang mengisi kuesioner adalah konsumen yang tinggal di Kecamatan Sumobito, Jombang.
5. Responden yang mengisi kuesioner adalah konsumen usia 16 – 60 tahun.

1.4 Tujuan Masalah

Tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian pada DnD Chicken And Burger.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh cita rasa terhadap keputusan pembelian pada DnD Chicken And Burger.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

1. Bagi Dunia Akademis

Penelitian ini diharapkan menjadi sumber referensi dan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan studi Manajemen Pemasaran.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan memberi informasi yang bermanfaat kepada produsen, untuk mengetahui bagaimana variasi menu dan cita rasa terhadap keputusan pembelian