

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Pertumbuhan dan perkembangan perekonomian dalam era globalisasi dewasa ini sangat sulit ditebak. Ini disebabkan oleh perubahan dalam bidang ekonomi, sosial dan budaya. Hal ini juga tentunya akan mempengaruhi perkembangan struktur perekonomian secara global. Disamping itu dengan semakin berkembangnya perekonomian mengakibatkan timbulnya perusahaan-perusahaan baru, yang pada akhirnya meningkatkan persaingan antar perusahaan sehingga menjadi tantangan-tantangan bagi perusahaan untuk memenangkan persaingan dalam meningkatkan penjualan. Terlihat juga perusahaan-perusahaan yang memilih makanan siap saji yang masuk ke Indonesia.

Perubahan pada pola konsumsi masyarakat yang beraneka ragam memunculkan konsep penghidangan makanan yang praktis, salah satunya adalah jenis *fast food* (makanan cepat saji). Peluang usaha ini di manfaatkan oleh banyak pemilik modal dalam industri restoran *fast food*. Salah satu industri yang bergerak di bidang mengelola restoran siap saji adalah PT. *Fast Food* Indonesia, Tbk dengan merek dagang Allen & Wright (A&W).

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, banyak usaha yang dapat dilakukan oleh perusahaan. Namun salah satu yang di rasakan paling penting adalah memahami perilaku konsumen. Selain itu pihak A&W harus mengetahui karakteristik konsumen secara umum. Hal ini dapat bermanfaat bagi perusahaan karena suasana toko, kualitas produk dan kualitas pelayanan setiap wilayah berbeda satu sama lain.

Berdasarkan hal tersebut maka permintaan terhadap makanan cepat saji semakin meningkat, berarti merupakan peluang bisnis bagi pelaku bisnis makanan cepat saji ini. Untuk menghadapi persaingan yang tinggi memerlukan keunggulan bersaing. Berbagai upaya dilakukan perusahaan dalam rangka mempertahankan minat

beli yang mereka miliki di antaranya suasana toko, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang di miliki restoran tersebut.

Perkembangan kemajuan kota Depok sebagai daerah perdagangan dan jasa menempatkan masyarakat di wilayah kota Depok menjadi sangat konsumtif. Masyarakat yang konsumtif di kota Depok membuat para pengusaha *fast food* tertarik membangun restoran-restoran di kawasan Depok. Banyaknya di bangun restoran cepat saji tersebut tentu tak lepas dari jumlah populasi penduduk yang terus meningkat. Kemunculan restoran cepat saji sejenis memungkinkan dapat menjadi pesaing A&W di antaranya adalah KFC, McDonald's, Hoka-Hoka Bento dan Pizza Hut. Gambar persaingan tersebut dapat di lihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 1. Top Brand Award Kategori Retail

Restoran <i>Fastfood</i>					
Merek	TBI 2013	TBI 2014	TBI 2015	TBI 2016	TOP
KFC	61,6%	53,9%	59,3%	47,9%	<b>TOP</b>
MC Donald's	17,3%	24,7%	17,5%	26,6%	<b>TOP</b>
A&W	6,8%	2,4%	7,1%	5,4%	
Hoka-Hoka Bento	3,8%	5,7%	4,1%	4,8%	
Pizza Hut	-	4,5%	-	3,3%	
CFC	1,9%	-	-	-	

Sumber data: [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)

Dari tabel di atas, terlihat bahwa A&W mendapatkan peringkat ketiga dibandingkan dengan pesaing lainnya. Hal ini sesuai dengan *top brand indeks* per tahun yang dimiliki A&W mengalami fluktuatif di setiap tahunnya, hal ini membuat peneliti memutuskan untuk menggunakan A&W sebagai objek penelitian.

Menurut Laksono Hadi Widayat (2015) hasil penelitian menunjukkan bahwa *store atmosphere* dan *word of mouth* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli, lalu menurut Tifani Magfiroh (2015) hasil penelitian menunjukkan bahwa *instore atmosphere*, *outstore atmosphere* dan *lokasi toko* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli, lalu menurut Budi Utomo & Dr.Hartono Subagio, S.E., M.M. (2014) hasil penelitian menunjukkan bahwa *product*, *service quality*, *harga* dan *store atmosphere* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli, sedangkan menurut David Kristianto & Ariella Cornelia Anggono (2014) hasil penelitian menunjukkan bahwa *promosi*, *harga*, dan *lokasi* berpengaruh secara signifikan terhadap *minat beli* dan *produk* berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli, lalu menurut Resti

Meldarianda & Henky Lisan S (2010) hasil penelitian menunjukkan bahwa *layout internal* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli sedangkan *layout eksternal* dan *desain eksterior* berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli, lalu menurut Riaz Hussain & Mazhar Ali (2015) hasil penelitian menunjukkan bahwa *cleanliness, scent, lighting, display* berpengaruh secara signifikan terhadap *minat beli* dan *music, color* berpengaruh secara tidak signifikan terhadap minat beli dan menurut Chandra Dewi (2014) hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli.

Berdasarkan fenomena dan terdapatnya hasil penelitian terdahulu sehingga peneliti ingin meneliti kembali dengan judul “Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen A&W Cinere Depok”

## **I.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan oleh penulis sebelumnya, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh antara suasana toko terhadap minat beli konsumen A&W Cinere Depok?
- b. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap minat beli konsumen A&W Cinere Depok?
- c. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen A&W Cinere Depok?
- d. Apakah terdapat pengaruh antara suasana toko, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen A&W Cinere Depok?

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk membuktikan pengaruh suasana toko terhadap minat beli konsumen A&W Cinere Depok.
- b. Untuk membuktikan pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen A&W Cinere Depok

- c. Untuk membuktikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen A&W Cinere Depok.
- d. Untuk membuktikan pengaruh suasana toko, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen A&W Cinere Depok.

#### **I.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak antara lain adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

Sebagai sumber pengetahuan dan pengalaman yang dapat menambah wawasan dalam pengembangan ilmu pengetahuan bidang manajemen pemasaran khususnya mengenai pengaruh suasana toko, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli. Penelitian ini juga diharapkan menjadi bahan perbandingan bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan penelitian mengenai minat beli yang akan datang serta memperluas teman-teman mahasiswa/mahasiswi lainnya.

- b. Manfaat Praktis

Sebagai bahan masukan bagi dunia industri *fast food* untuk merancang strategi suasana toko, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen A&W.