

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya zaman, menyebabkan kondisi kehidupan masyarakat ikut berubah. Perubahan keadaan lingkungan dan perkembangan industri mempengaruhi perubahan perilaku dan pola hidup masyarakat. Adanya perubahan tersebut, masyarakat cenderung menginginkan segala sesuatu yang bersifat praktis dan singkat, tidak terkecuali untuk barang-barang konsumsi. Sehingga secara tidak langsung meminta seseorang untuk lebih cermat memanfaatkan waktu agar efisien mungkin. Efisiensi yang dapat terlihat sehari-hari adalah dalam pemenuhan makanan.

Mengikuti perkembangan keinginan dan selera masyarakat, saat ini semakin banyak variasi rasa, bentuk, harga dan keunggulan yang ditawarkan oleh masing-masing produk. Hal tersebut menimbulkan persaingan yang ketat di antara para produsen. Efeknya, masyarakat akan semakin banyak menerima informasi atas suatu produk. Kebutuhan akan barang-barang konsumsi membuat produksi atas barang-barang konsumsi mengalami banyak kemajuan. Kecenderungan masyarakat tersebut, membuat peluang bagi industri pangan untuk ekspansi yang didefinisikan dalam bentuk makanan cepat saji. Masyarakat dengan aktivitas yang padat sehingga memilih sesuatu yang praktis dan cepat untuk menghemat waktu

Hal tersebut dapat terjadi karena adanya perubahan dari sistem penjualan yang modern, sehingga mempengaruhi masyarakat untuk membeli dan

mengonsumsi produk yang ditawarkan. Salah satu restoran cepat saji yang berkembang di Indonesia adalah McDonald's, yang juga merupakan salah satu restoran cepat saji yang terbesar di dunia. Restoran yang menyajikan variasi makanan dan susunan menu, dimana para konsumen dapat memilih sendiri makanan yang diinginkan dan setiap makanan memiliki informasi harganya masing-masing.

Salah satu faktor yang penting dalam perusahaan adalah pemasaran. Sehingga pemasaran diumpamakan sebagai motor penggerak dalam kehidupan perusahaan. Persaingan yang terjadi membuat perusahaan harus memikirkan strategi agar dapat memenangkan persaingan atau bertahan dalam kondisi tersebut. Oleh karena itu, salah satu aspek penting yang diperlukan adalah memenuhi perilaku konsumen, di mana perusahaan memahami berbagai aspek yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Sebelum melakukan pembelian, konsumen memiliki kriteria sebagai pertimbangan dalam memutuskan suatu pemilihan. Konsumen akan cenderung memilih tempat yang nyaman, menawarkan pilihan menu yang bervariasi dan lengkap, dan kualitas atas produk yang ditawarkan. Semua hal tersebut bila dikelola dengan baik oleh perusahaan akan dapat menaikkan tingkat pembelian konsumen.

Selain keragaman menu, harga juga dapat menjadi salah satu kriteria yang mempengaruhi keputusan pembelian. Penetapan harga atas suatu produk bisa menjadi hal yang sulit, karena komponen penentuan harga tidak hanya bahan baku.

tetapi juga kualitas dan faktor lainnya. Dalam hal produk konsumsi yang serupa, persaingan menjadi ketat saat harga didampangi dengan kualitas.

Di zaman yang semakin modern ini konsumen semakin pintar dan sangat kritis, maka para pelaku bisnis mau tidak mau harus mampu menyajikan inovasi dalam kualitas dan kuantitas pelayanan yang baik untuk kepuasan konsumen. Ketika pelayanan tidak selaras dengan yang dikehendaki, maka konsumen akan menilai jelek. Sehingga sangat penting bagi perusahaan untuk mengelola kualitas pelayanan dengan baik dalam membuat tindakan atau keputusan pembelian di McDonald's. Pelayanan merupakan faktor yang utama dalam mengaplikasikan kinerja perusahaan dalam meraih sukses. Menyediakan pelayanan yang terbaik merupakan sebuah strategi yang amat penting karena berbanding lurus dengan semakin bertambahnya konsumen dengan inovasi layanan yang selalu dijaga konsistensi maka konsumen yang telah memilih produk di McDonald's dapat dipertahankan. Kepuasan konsumen yang sudah terbentuk akan berdampak positif pada lingkungan sekitar konsumen. hal ini secara tidak langsung memberikan nilai yang baik terhadap produk dan layanan di McDonald's.

Faktor penting lainnya adalah faktor lokasi usaha. Lokasi yang strategis akan menguntungkan penjual dan konsumen, produknya akan lebih mudah untuk dijangkau dan dilihat oleh konsumen. dan bagi konsumen, akan lebih gampang untuk dapat melakukan pembelian. Lokasi yang mudah dijangkau dan dekat dengan keramaian merupakan lokasi yang strategis untuk suatu usaha, tidak terkecuali bagi restoran. Sebelum melakukan keputusan pembelian, Konsumen akan mempertimbangkan lokasi restoran tersebut.

McDonald's Jombor adalah salah satu restoran cepat saji yang berada di kota Yogyakarta, tepatnya di Jalan. Magelang, Mlati Dukuh, sendangadi, Kecamatan Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

. Restoran ini memiliki gerai yang sangat mewah dengan interior dan eksterior yang berkonsep modern. Sehingga pengunjung tentu akan merasa nyaman.

Kevinli and Pesta Gultom (2020), telah meneliti dengan judul “Pengaruh Ekuitas Merek, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Quality Fried Chicken Jalan Ismaliyah Medan” yang hasil penelitiannya menyatakan bahwa harga mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan Lokasi secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selanjutnya Maharani (2019), telah meneliti dengan judul” Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut” yang hasil penelitiannya menyatakan bahwa harga secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Selanjutnya Wongso dan Mahargiono (2020), telah meneliti dengan judul “Pengaruh Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Burger King Di Plaza Surabaya” yang hasil penelitiannya menyatakan bahwa Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan

pembelian, sedangkan Lokasi memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Iis Qoimatul Ummah, Subhan, dan Ismail (2020), telah meneliti dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Cita Rasa, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Iggo (Iwan Goreng-Goreng)” yang hasil penelitiannya menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selanjutnya Roskawati (2019), telah meneliti dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada De’ Sushi Japanese Resto Heartening Makassar” dengan hasil penelitiannya menyatakan bahwa harga dan pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Ambarwati (2014), telah meneliti dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Sate Ayam Ponorogo Pak Siboen Kediri” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa harga dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berbagai hasil penelitian yang telah dipaparkan di atas ternyata memberikan kesimpulan yang berbeda-beda. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan

penelitian dengan judul “PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MCDONALD’S JOMBOR YOGYAKARTA”

B. Rumusan Masalah

Sesuai latar belakang masalah yang diuraikan sebelumnya, rumusan masalah pada penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen di McDonald’s Jombor Yogyakarta?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen di McDonald’s Jombor Yogyakarta?
3. Apakah lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen di McDonald’s Jombor Yogyakarta?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas penelitian ini membatasi pembahasan dalam hal-hal berikut:

1. Variabel yang diteliti adalah Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Keputusan Pembelian di McDonald’s Jombor Yogyakarta.
2. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang minimal pernah membeli 2 kali atau lebih di McDonald’s Jombor Yogyakarta.
3. Penelitian dilakukan pada tahun 2021.

D. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di McDonald's Jombor Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di McDonald's Jombor Yogyakarta.
3. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di McDonald's Jombor Yogyakarta.

E. Manfaat penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dengan dilaksanakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi perusahaan sebagai dasar pengambilan keputusan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan, lokasi serta harga yang terjangkau untuk konsumen, yang akhirnya berguna bagi tujuan jangka panjang perusahaan.

2. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan bagi peneliti khususnya dalam bidang manajemen pemasaran serta memberikan suatu pembelajaran yang lebih mengenai keputusan pembelian.

3. Bagi peneliti lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan bagi peneliti yang lain dalam menganalisis keputusan pengembangan lebih lanjut.