

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam persaingan bisnis yang makin ketat, perusahaan harus memiliki kemampuan dalam menangkap adanya peluang. Dengan itu, perusahaan diberikan tuntutan agar dapat mempergunakan sumber daya secara baik serta optimal, termasuknya pada usaha membentuk suatu hal yang inovatif ataupun baru yang menjadikan konsumen senantiasa melakukan pembelian ataupun mempergunakan produk yang berasal dari perusahaan. Industri makanan cepat saji telah menjadi salah satu kekuatan utama dalam perekonomian global. Di berbagai negara di seluruh dunia, restoran cepat saji menyajikan makanan yang siap saji dengan cepat, memenuhi kebutuhan nutrisi sehari-hari, dan kadang-kadang menjadi bagian dari gaya hidup. Persaingan menjadi sebuah ancaman jika perusahaan tidak secara cepat melakukan penyesuaian serta perlawanan dalam persaingan, itu merupakan ancaman terancam bagi perusahaan. Jadi strategi yang baik serta matang diperlukannya guna melakukan perlawanan dalam persaingan bersama perusahaan lain. Konsumen menjadi memiliki kepercayaan pada sebuah merek jika merek tersebut memiliki kemampuan dalam menjadi wadah serta penampung akan kebutuhan yang senantiasa diperlukan masyarakat tidak sebatas melalui merek saja, melainkan kualitas produk juga wajib diperhatikan. Merek dan kualitas produk yang baik serta konsisten mampu membuat produk berubah sebagai produk andalan yang dipergunakan ataupun dikonsumsi oleh

masyarakat.

Di Indonesia Industri makanan cepat saji telah berperan sebagai sebuah sektor yang mengalami perkembangannya dengan pesat di penjuru dunia, menyesuaikan diri dengan gaya hidup yang semakin sibuk dan tuntutan akan makanan yang cepat, nyaman, dan terjangkau. Dalam konteks ini, produk ayam goreng menjadi salah satu menu yang sangat diminati oleh konsumen dari berbagai lapisan masyarakat. Dalam persaingan yang makin ketat di pasar makanan cepat saji, berbagai merek misalnya Sabana *Fried Chicken* sebagai salah satu merek lokal yang terkemuka telah berhasil mempertahankan posisi mereka dengan menawarkan kualitas produk yang konsisten, persepsi harga yang mudah dijangkaunya, beserta citra merek yang kuat. Sabana *Fried Chicken* yakni merek dagang yang berasalkan melalui PT Sumber Berkah Niaga yang terbentuk di tahun 2010. Sementara itu untuk usaha sabana *Fried Chicken* mulai terbangun dari Agustus 2006. Sabana *Fried Chicken* tercatat memiliki gerai melampaui pada 1000 cabang yang besebaran di penjuru Indonesia. Syamsalis yang merupakan pemilik Sabana *Fried Chicken* membuat peluang bisnis *Fried Chicken* menemui perkembangannya secara pesat dengan membangun *citra merek* yang baik dengan mempertahankan kualitas produk serta mempertimbangkan persepsi harga yang sepadan. Hingga sekarang masyarakat pun mempercayakan merek *Fried Chicken* Sabana menjadi *Fried Chicken* yang aman untuk konsumsi. Sabana juga memperoleh gelar *market leader*.

Meskipun telah memiliki pangsa pasar yang stabil, Sabana *Fried Chicken* tetap dihadapkan pada tantangan kompetitif yang terus berkembang dalam industri

ini. Penelitian tentang perilaku konsumen beserta berbagai faktor yang menjadi pemengaruh dalam keputusan pembelian mereka di industri makanan cepat saji telah menjadi topik yang penting dan menarik. Konsumen modern cenderung melakukan pertimbangan atas beragam faktor sebelum mereka membentuk keputusan guna melangsungkan pembelian akan produk tertentu. Faktor-faktor ini mencakup kualitas produk, persepsi harga, citra merek, kepuasan pelanggan sebelumnya, preferensi pribadi, beserta faktor-faktor lingkungan yang memengaruhi (Saputri & Utomo, 2021). Oleh karena itu, memahami bagaimana berbagai faktor tersebut saling berinteraksi dan menjadi pemengaruh dalam keputusan pembelian adalah kunci untuk membangun strategi pemasaran yang efektif dan mempertahankan pangsa pasar yang kompetitif.

Salah satu faktor yang menjadi penyebab konsumen memperoleh keputusan pembelian produk Sabana *Fried Chicken* yakni kualitas produk. Ditinjau melalui faktor kualitas produk, Sabana *Fried Chicken* yakni produk ayam goreng berbumbu terigu kering. Dimana pada pengolahan akan bahan bakunya bekerjasama bersama perusahaan mitra, yakni tempat pemotongan ayamnya beserta peternak ayam yang paling baik dan pengolahan terakhir dilangsungkan oleh mitra (dalam aspek ini ialah penggorengan ayam). Sabana memprioritaskan proses pemotongan ayam yang memiliki kualitas, halal, higienis beserta tanpa bahan pengawet. Kualitas bahan yang disajikan oleh Sabana *Fried Chicken* mengenai seluruh segmen, namun cenderung berfokus dalam segmen menengah kebawah.

Produk *Fried Chicken* lokal yang ditemukan dalam pasaran selain Sabana

Fried Chicken diantaranya *Hisana Fried Chicken*, *Ippo Fried Chicken*, *Nikita Fried Chicken* serta masih banyak lagi. Hal ini menimbulkan konsumen memiliki menjadi memiliki beragam alternatif serta cenderung selektif dalam melakukan pembelian produk *Fried Chicken*. Jenis makanan yang dicari wajib aman serta sehat sekaligus mengemban berbagai fungsi kesehatan dan kebugaran bagi tubuh. Hal ini selaras bersama penelitian yang dijalankan oleh (Saputri & Utomo, 2021) yang memberi pernyataan bahwasanya kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Faktor lain yang mampu menjadi pemengaruh dalam keputusan pembelian yakni persepsi harga. Persepsi harga ialah sebuah pertimbangan penting, dikarenakan konsumen menginginkan uang yang mereka habiskan akan berkesesuaian dengan apa yang mereka peroleh. Oleh karena itu penting teruntuk perusahaan melakukan penetapan akan harga yang berkesesuaian ataupun wajar berhubungan pada nilai (*value*) dalam produknya. Harga yakni aspek yang mampu dikelola serta menjadi penentu diterima ataupun tidaknya sebuah produk oleh konsumen. Sehingga dapat dikatakan bahwasanya murah ataupun mahalnya sebuah produk yang bersifat relatif, serta untuk itu diperlukannya strategi menetapkan harga secara tepat. Harga yang tergolong tepat yakni harga yang memiliki kesesuaiannya pada kualitas produk sebuah barang serta harga itu mampu menghadirkan kepuasan pada konsumen. Jikalau konsumen menerima atas harga yang sudah ditetapkan menjadikan produk tersebut dapat laku, sedangkan jikalau konsumen menolak perlu dijalankan tinjauan kembali pada harga jualnya. Dengan demikian, makin tepat perusahaan saat melakukan

penentuan harga menjadikan penjualan sabana makin tinggi.

Variabel persepsi harga yakni aspek yang mampu terkendalikan serta menjadi penentu terkait diterima ataupun tidaknya sebuah produk melalui konsumen (Meutia et al., 2021). Harga bergantung pada kebijakan perusahaan namun tentu saja melewati pertimbangan akan beragam hal. Murah ataupun mahal nya sebuah produk bersifat relatif. Oleh sebab itu, perlu dilakukan perbandingan lebih dulu bersama harga produk sejenis yang diproduksi nya ataupun dijual melalui perusahaan lain. Dengan kata lain, perusahaan perlu untuk terus mengawasi harga yang ditentukan pihak pesaing, supaya harga yang ditetapkan perusahaan tersebut tak terlalu tinggi ataupun sebaliknya. Hal ini selaras bersama penelitian yang dijalankan oleh (M. Amir Nasution, 2019) yang memperlihatkan bahwasanya persepsi harga mampu menjadi pemengaruh dalam keputusan pembelian. Berikut adalah tabel perbandingan harga *Fried Chicken* :

Tabel 1.1 Perbandingan Harga *Fried Chicken*

Merk <i>Fried Chicken</i>	Harga
Sabana	Rp 16.000 – Rp 24.000
Hisana	Rp 14.000 – Rp 22.000
Ippo	Rp 15.000 – Rp 21.500
Asix	Rp 11.500 – Rp 12.500
Nikita	Rp 9.000 – Rp 14.500

Sumber: Survei Penelitian via *Online* (2025)

Dalam hal Sabana *Fried Chicken*, perusahaan harus memperhatikan persepsi harga konsumen dalam menetapkan strategi harga mereka. Meskipun kualitas produk mereka dapat dianggap bernilai, harga yang terlampau tinggi dapat mendorong konsumen untuk mengalihkan dirinya menuju merek lain yang lebih

terjangkau. Oleh sebab itu, perusahaan perlu mencari keseimbangan yang tepat diantara harga beserta kualitas produk mereka agar mampu menjadi pemenuh kebutuhan dan preferensi konsumen.

Persaingan yang makin ketat pada industri makanan terutamanya produk *Fried Chicken* dengan merek lokal, menjadikan konsumen memegang banyak alternatif pilihan, hal ini mendorong konsumen dengan mudah mengalihkan pilihannya pada merek yang lain. Oleh sebab itu, dibutuhkan strategi guna menarik konsumen supaya terus memilih serta melakukan pembelian pada produk Sabana *Fried Chicken*, salah satunya yakni melalui langkah menciptakan *Citra merek* yang baik. Citra Merek membentuk presentasi atas semua persepsi pada merek serta terbentuk melalui informasi beserta pengalaman masa lalu bersama merek itu. Citra pada merek berkaitan pada sikap yang berwujud keyakinan beserta preferensi pada sebuah merek.

Masyarakat dengan citra positif pada sebuah merek cenderung menghadirkan kemungkinan untuk melangsungkan pembelian (Saputri & Utomo, 2021). Perusahaan harus mampu membentuk merek dengan menarik sekaligus menyajikan gambaran terkait manfaat produk yang berkesesuaian pada keinginan beserta kebutuhan masyarakat yang demikian masyarakat mempunyai citra yang positif pada merek. Merek tersebut dinilai mampu mempertahankan ataupun membentuk peningkatan dalam citra penggunaanya. Sikap positif terkait sebuah merek dapat membuka peluang bagi konsumen dalam melangsungkan pembelian pada merek tersebut, sementara itu sikap negatif dapat menjadi penghalang bagi konsumen dalam melakukan pembelian. Pernyataan diatas juga sesuai bersama

penelitian yang dijalankan oleh (Meutia et al., 2021) yang memberikan simpulan bahwasanya *Citra merek* mampu menjadi pemengaruh dalam keputusan pembelian.

Dari studi sebelumnya menjelaskan bahwasanya kualitas produk, persepsi harga beserta *citra merek* mengandung pengaruhnya dengan signifikan pada keputusan pembelian (Saputri & Utomo, 2021); (Azahari & Hakim, 2021); (Meutia et al., 2021). Namun dalam beberapa studi yang sebelumnya menjelaskan bahwasanya tidak ada pengaruhnya dalam kualitas produk, persepsi harga dan *citra merek* pada keputusan pembelian (Iarassati Pratiwi Supu, Bode Lumanauw, 2021); (Mendur et al., 2021); (Fakhrudin, 2019). Berdasarkan uraian latar belakang diatas, mengkaji fenomena dan permasalahan yang ada serta inkonsistensi penelitian-penelitian sebelumnya, membuat masih terdapat celah untuk dilakukan penelitian. Maka dari itu, penulis memiliki ketertarikannya untuk melangsungkan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan *Citra merek* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabana *Fried Chicken* di Harapan Baru”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasar pada latar belakang masalah di atas, dapat disusun rumusan masalah

sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh dalam keputusan pembelian produk sabana *Fried Chicken* di harapan baru?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh dalam keputusan pembelian produk sabana *Fried Chicken* di harapan baru?

3. Apakah *Citra merek* berpengaruh dalam keputusan pembelian produk sabana *Fried Chicken* di harapan baru?
4. Apakah kualitas produk, persepsi harga, dan *citra merek* berpengaruh dalam keputusan pembelian produk sabana *Fried Chicken* di harapan baru?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasar pada latar belakang permasalahan di atas, mampu dilakukan penyusunan rumusan masalah yang mencakupi :

1. Untuk memperoleh pengetahuan terkait pengaruh kualitas produk pada keputusan pembelian produk sabana *Fried Chicken* di harapan baru
2. Untuk memperoleh pengetahuan terkait pengaruh persepsi harga pada keputusan pembelian produk sabana *Fried Chicken* di harapan baru
3. Untuk memperoleh pengetahuan terkait pengaruh *citra merek* pada keputusan pembelian produk sabana *Fried Chicken* di harapan baru
4. Untuk memperoleh pengetahuan terkait pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan *citra merek* pada keputusan pembelian produk sabana *Fried Chicken* di harapan baru

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkannya mampu bermanfaat teruntuk pihak yang berkepentingan yakni :

1.4.1 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkannya mampu berperan sebagai masukan teruntuk pemilik usaha agar mampu melakukan penentuan akan berbagai langkah apa saja yang perlu dijalankan supaya mampu memperoleh pengetahuan

terkait pengaruh apa saja yang menjadi pemengaruh dalam keputusan pembelian pada sabana *Fried Chicken*, serta mampu membentuk peningkatan dalam pembelian yang luas biasa.

1.4.2 Manfaat Teoritis

a) Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu menyajikan tambahan pengetahuan juga manfaat bagi peneliti, serta mampu memperdalam pengetahuan ilmiah terkhusus nya pada bidang pemasaran yakni kualitas produk, persepsi harga, beserta *citra merek*

b) Bagi Pembaca.

Penelitian ini diharapkan mampu bermanfaat agar dipergunakan sebagai referensi serta memperoleh ilmu pengetahuan berkaitan dengan berbagai hal yang menjadi pemengaruh dalam keputusan pembelian.

1.5 Batasan Masalah

Penelitian ini berfokus dalam pokok permasalahan yang ada yaitu melalui langkah mmeneliti pengaruh variabel kualitas produk, persepsi harga, dan *citra merek* pada keputusan pembelian

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Menunjukan perihal latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, beserta sistematika penulisan.

BAB II TELAAH PUSTAKA

Memaparkan perihal konsep yang berwujud pengertian, definisi, kerangka pemikiran beserta hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Menyajikan penguraian perihal jenis penelitian, metode penelitian, populasi, sampel, beserta teknik pengumpulan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Melakukan pembahasan terkait perolehan analisis data beserta pembahasan (diskusi) hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Memaparkan perolehan kesimpulan melalui penelitian yang sudah dijalankan serta implikasi manajerial terutuk penelitian berikutnya yang dinilai sama.