

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan ilmu dan teknologi yang semakin pesat, tidak hanya berakibat pada sektor pendidikan, sektor ekonomi, sosial dan budaya juga ikut berpengaruh. Perubahan kebudayaan juga tidak dapat dihindari, salah satu perubahan budaya yang terjadi adalah makanan cepat saji *fast food* yang sebelumnya di Indonesia belum ada, akan tetapi seiring dengan perkembangan zaman makanan siap saji banyak dijual di Indonesia termasuk kota Bukittinggi. Persaingan antara perusahaan penghasil produk makanan cepat saji *fast food* saat juga sangat kompetitif.

Salah satu alternatif yaitu memilih untuk makan makanan cepat saji *fast food* yang sekarang sudah menjadi fenomena makanan yang cukup potensial dan diakui keberadaannya oleh masyarakat. Karena sudah malas memasak, orang akan cenderung membeli makanan cepat saji. Ditambah dengan layanan cepat antar dan eksklusif. Meski kebanyakan makanan *fast food* bukan masakan asli Indonesia, jenis makanan ini sudah populer dan diterima baik sejak diperkenalkan di Indonesia.

Perkembangan *fast food* yang semakin besar dapat pula dirasakan dampaknya di Kota Padang. Kehadiran restoran *fast food* di kota Bukittinggi mempengaruhi pola konsumsi masyarakat di Kota Bukittinggi. Perilaku masyarakat dalam memilih jenis makanan dan minuman dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti budaya, sosial, pribadi dan psikologis.

Melalui media masa yang semakin menuntut masyarakat untuk bisa mengenal secara luas produk-produk makanan baru yang sedang berkembang di masyarakat. Media masa memberi

dampak yang nyata akan hal ini. Masyarakat dengan cermat memberikan berbagai komentar mereka. Ini merupakan respon masyarakat akan makanan cepat saji ini. Media masa yang berbentuk iklan makanan cepat saji yang ditampilkan membuat para konsumennya ingin membeli dan mencoba produk ini. Media memberi dampak positif mengenai penyebaran informasi tentang berbagai hal. Kekuatan media dalam mempersuasi masyarakat akan sesuatu menjadi hal sensitif yang diserap oleh masyarakat. Iklan yang bagus mampu membuat orang tertarik untuk membeli ataupun menggunakan suatu produk.

Makan di restoran cepat saji membuat orang merasa eksis dan menumbuhkan sensasi emosional tersendiri bagi konsumennya. KFC merupakan salah satu makanan siap saji yang menjadi *top brand*, Makanan siap saji ini diminati semua generasi baik muda maupun tua. KFC menyediakan makanan dan minuman yang cepat saji, yang dapat langsung dinikmati oleh para konsumennya. Berikut merupakan data *top brand* restoran *fast food* pada tahun 2021 pada tabel 1 dibawah ini :

Tabel 1 Data Top Brand Indeks Restoran Fast Food Tahun 2021

No	Merek	Nilai/poin
1	KFC	37.3
2	McDonald's	30.6
3	Pizza Hut	28.6
4	J.CO	17.5
5	Burger King	16.8
6	Starbucks	16.4
7	Hoka-Hota Bento	16
8	Richeese Factory	13.4
9	Chatime	13.2
10	Breadtalk	12.9

Sumber : www.databoks.katadata.co.id

Dari tabel 1 diatas dapat kita lihat bahwa, KFC menduduki peringkat 1 dari data *top brand* restoran *fast food* di indonesia pada tahun 2021 dengan Skor 37.3%. Ini menunjukkan bahwa

banyaknya jumlah pengunjung yang terus melakukan keputusan pembelian pada KFC yang ada di Indonesia.

Di Bukittinggi produk makanan cepat saji sudah bermunculan. Meliputi berbagai jajanan pinggir jalan serta restoran-restoran yang menyiapkan produk makanan cepat saji. Salah satunya adalah KFC (*Kentucky Fried Chicken*), yaitu sebuah restoran internasional yang diminati masyarakat. Salah satunya yang berada di Jalan Ahmat Yani No 1 Benteng Ps. Atas, Kec. Guguk Panjang, Kota Bukittinggi. Kondisi masyarakat Kota Bukittinggi yang masih berkembang tidak menjadi masalah bagi perkembangan restoran ini.

KFC cabang Bukittinggi memiliki letak yang strategis dipusat kota Bukittinggi yang memiliki tempat yang luas, dan didukung dengan fasilitas yang lengkap dengan didukung *free wifi*, dan jumlah pengunjung di KFC Bukittinggi yang ramai, selain itu faktor suasana restoran yang mewah dengan 2 lantai yang dapat menarik konsumen untuk berkunjung. Dan banyak anak muda yang berkunjung di tempat tersebut dikarenakan letak yang strategis dan tidak jauh dari pusat perbelanjaan, perkantoran dan hotel.

Keputusan pembelian merupakan keputusan yang terdiri dari beberapa tahap yang digunakan para konsumen dalam melakukan pembelian. Proses keputusan pada dasarnya berakhir pada lima tahap Pengambilan keputusan antara lain pemecahan masalah diawali dengan adanya kebutuhan, konsumen mengenali tempat atau kondisi yang diinginkan yang disebabkan oleh rangsangan dan daya tarik tempat yang ingin dituju dilihat dari bentuk suasana toko baik di dalam maupun diluar dan jenis produk yang sesuai dengan keinginan sehingga menjadi sebuah dorongan untuk melakukan keputusan pembelian, di samping itu pada umumnya ketika ingin membeli *kentucky fried chicken* konsumen membandingkan dengan produk *kentucky fried chicken* yang lain, dengan melihat bagaimana kondisinya sehingga konsumen memutuskan untuk mencari informasi mulai

dari media cetak atau televisi. Bahkan menghubungi teman teman yang lain yang sudah melakukan pembelian *kentucky fried chicken* dengan bertanya apa apa saja produk yang dijual dan harga serta bagaimana suasana restoran *kentucky fried chicken* tersebut.

Store Atmosphere merupakan kombinasi dari pesan secara fisik yang telah direncanakan. *Store atmosphere* dapat digambarkan sebagai perubahan terhadap perencanaan lingkungan pembelian yang menghasilkan efek emosional khusus yang dapat menyebabkan konsumen melakukan tindakan pembelian. Elemen-elemen yang ada di dalam suasana toko adalah komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, aroma.

Dengan demikian *Store Atmosphere* merupakan salah satu cara untuk menarik konsumen atau pelanggan yang dimiliki toko. Setiap toko mempunyai tata letak fisik yang memudahkan atau menyulitkan pembeli untuk berputar-putar didalamnya. *Store atmosphere* dapat memposisikan toko dalam benak konsumen, dapat dilihat dari bentuk restoran yang membuat kenyamanan bagi konsumen. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat data jenis suasana toko KFC pada tabel 2 dibawah ini :

Tabel 2 Jenis Suasana Gerai KFC di Jam Gadang Bukittinggi

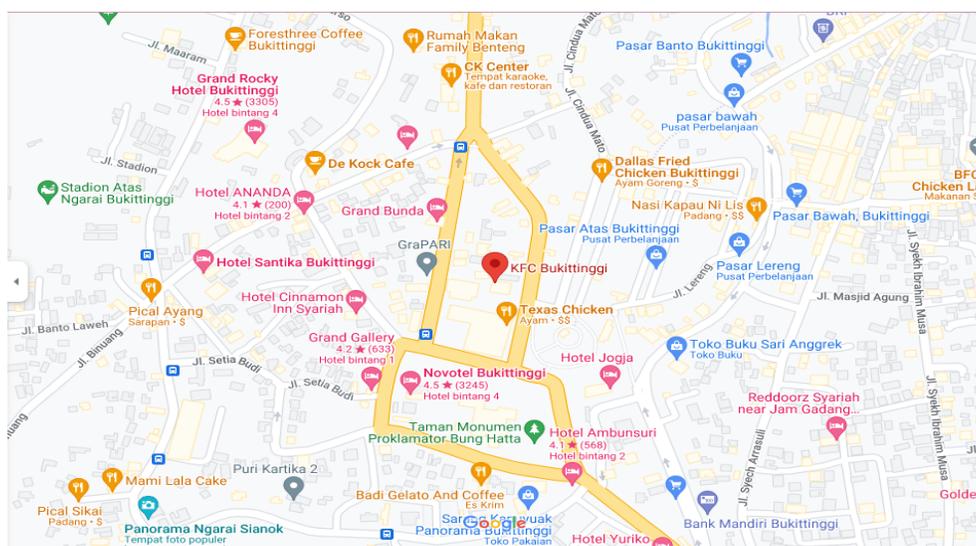
No	Jenis Suasana Gerai	Keadaan
1	Letak Tatanan Kursi	Tersusun dengan rapi
2	Besar Gedung	$\pm 25 \times 30$ M
3	Tata Cahaya	Terang
4	Musik	Santai
5	Sistem Pengaturan Udara	AC
6	Tata Warna	Menarik
7	Aroma	Wangi

Sumber : KFC Bukittinggi

Dari tabel 2 di atas dapat kita ketahui bahwa suasana toko di KFC Jam Gadang Bukittinggi sangat mendukung untuk kenyamanan konsumen saat membeli. Dapat kita lihat bahwa dari letak tatan kursi, aroma, tatanan warna, sisitem pengaturan udara, dan ditunjang dengan *wifi* sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di KFC Jam Gadang, Bukittinggi.

Kombinasi dari karakteristik fisik toko seperti arsitektur, tata letak, pencahayaan, pemajangan, warna, *temperature*, musik, serta aroma yang secara menyeluruh akan menciptakan citra dalam benak konsumen. *Store Atmosphere* merupakan penataan *instore* (ruang dalam) dan *outstore* (ruang luar) yang dapat menciptakan kenyamanan bagi pelanggan sehingga memancing ketertarikan pelanggan. Selain dari *Store Atmosphere* di duga ada faktor lain yang memengaruhi dalam keputusan pembelian adalah lokasi. Menurut (Lupiyoadi 2009) menyatakan lokasi berarti berhubungan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi. Perusahaan harus berusaha menentukan suatu lokasi strategis yang mempunyai potensi untuk meningkatkan keputusan pembelian. Adapun lokasi KFC Bukittinggi yang terletak di Jl. Ahmat Yani No.1 seberang Jam Gadang, Bukittinggi pada gambar 1 dibawah ini :

Gambar 1 Lokasi KFC Jam Gadang Bukittinggi



Pada gambar 1 Diatas menunjukkan bahwa KFC Jam Gadang Bukittinggi terletak di Jl. Ahmat Yani No.1. Dimana letak KFC Bukittinggi sendiri tidak jauh dari pusat kota, disamping itu KFC Bukittinggi yang letaknya juga tidak jauh pusat perbelanjaan baik itu *mall*, taman bermain (Jam Gadang) yang bisa dikunjungi hanya dengan berjalan kaki saja. Dan jalan untuk menuju KFC Bukittinggi tersebut mudah di akses.

Kalau kita lihat secara umum lokasi yang dimiliki oleh KFC Bukitinggi sudah cukup baik dan aman bagi pengunjung mulai dari sudut pandang kenyamanan pengunjung terutama dari segi lingkungan yang bersih dan nyaman di sekitar lokasi KFC Bukitinggi yang membuat pengunjung merasa nyaman. Selain itu keragaman produk juga merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut (Kotler 2009) Keragaman produk adalah kumpulan semua produk atau barang yang ditawarkan untuk dijual oleh penjual tertentu. Keragaman produk terdiri dari kelengkapan produk dan barang yang dijual, macam merek yang dijual, variasi ukuran barang yang dijual, ketersediaan produk yang dijual. Konsumen cenderung memilih tempat yang menawarkan produk yang bervariasi dan lengkap menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas keragaman barang yang ditawarkan oleh penjual. Semua hal tersebut dilakukan perusahaan agar terjadi kenaikan dari tingkat pembelian konsumen dan karena terdapat berbagai macam produk sejenis yang ditawarkan oleh berbagai macam perusahaan. Adapun data tentang jenis produk KFC pada tabel 3 dibawah Ini:

**Tabel 3 Jenis Menu KFC Jam Gadang Bukittinggi 2022
Harga KFC Menu Combo**

MENU PAKET KFC COMBO	HARGA
Paket KFC Chaki Kids Meal	Rp 42.000
Paket KFC Combo Super Family	Rp 142.500
Paket KFC Combo Sumper Star	Rp 95.500
Paket KFC Combo Super Besar 1	Rp 38.500
Paket KFC Combo Super Besar 2	Rp 55.000

Paket KFC Menu Praktis

Menu KFC	Harga
Chik'n Fillet	Rp 14.600
Fish Fillet	Rp 19.000
Or Burger	Rp 19.000
Oriental bento	Rp 20.000
Twisty	Rp 19.000

KFC Menu Goceng

Menu KFC	Harga
Cream Soup	Rp 5.000
KFC Puding	Rp 5.000
KFC Soup	Rp 5.000
Perkedel	

Menu KFC Minuman (Beverages)

Menu	Harga
Pepsi Can	Rp 9.091
Aqua	Rp 5.909
Frestea	Rp 8.182
Milo	Rp 10.453
dll	-

Sumber : <https://hargamenu.net/harga-menu-kfc-terbaru/>

Dari tabel 3 diatas dapat kita ketahui bahwa jenis menu yang di jual di KFC sangat beragam. Dengan harga yang terjangkau dalam setiap pembelian produk KFC yang menawarkan berbagai pilihan mulai dari anak-anak, dewasa sampai untuk pilihan keluarga.

Berdasarkan uraian ringkas fenomena dan latar belakang masalah, peneliti tertarik untuk mencoba penelitian sejumlah variabel yang dapat mempengaruhi Penelitian ini merupakan penelitian empiris yang berjudul: **“Pengaruh *Store Atmosphere*, Lokasi dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Kentucky Fried Chicken (KFC)* Di Jam Gadang Bukkitinggi”**

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen *kentucky fried chicken* (KFC) di jam gadang Bukitinggi?
2. Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen *kentucky fried chicken* (KFC) di jam gadang Bukitinggi Bukitinggi?
3. Apakah terdapat pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen *kentucky fried chicken* (KFC) di jam gadang Bukitinggi?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah :

- 1.1 Untuk melihat pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen *kentucky fried chicken* (KFC) di jam gadang Bukitinggi.
- 1.2 Untuk melihat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen *kentucky fried chicken* (KFC) di jam gadang Bukitinggi.
- 1.3 Untuk melihat pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen *kentucky fried chicken* (KFC) di jam gadang Bukitinggi.

1.4 Manfaat penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi :

1. Bagi pihak akademis Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan dan referensi perpustakaan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan keputusan pembelian.
2. Bagi Perusahaan Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak manajemen dan Penelitian ini pun diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi yang dapat dipertimbangkan oleh perusahaan sehingga dapat dipergunakan dalam menentukan kebijakan kedepannya.