

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi yang tetap stabil dan daya beli masyarakat yang cukup baik membuat konsumsi makanan dan minuman di Indonesia mengalami peningkatan tajam. Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Seluruh Indonesia (GAPMMI) memprediksi pertumbuhan industri mamin akan mencapai 8,2%, namun ternyata pertumbuhan industri mamin telah mencapai 12,75%. “ Berawal dari hanya menargetkan pertumbuhan berkisar 8,2% mengingat angka tersebut diperoleh pada kuartal III/2012. Akan tetapi pertumbuhan industri makanan justru telah mencapai 12,75%. Angka ini diluar ekspektasi para pengusaha," kata Ketua Umum GAPMMI Adhi Lukman di Jakarta, Senin (4/2). Adhi Lukman mengatakan, investasi di industri mamin juga meningkat tajam, baik investasi lokal maupun asing. Hal ini juga menjadi peningkatan pencapaian pertumbuhan industri mamin. Data Kementerian Perindustrian memperlihatkan penanaman modal dalam negeri di industri makanan pada tahun lalu tercatat senilai Rp11,2 triliun, naik 40% dibandingkan periode yang sama pada 2011 yakni senilai Rp7,9 triliun. Adapun, total nilai investasi asing di industri tersebut pada tahun lalu naik 61,4% dari US\$1,1 miliar pada 2011 menjadi US\$1,7 miliar yang menjadi kontributor ketiga terbesar penanaman modal di bidang manufaktur. Dikatakan oleh Adhi Lukman "Peningkatan kebutuhan masyarakat seiring dengan kenaikan jumlah penduduk juga menjadi salah satu faktor pendorong meningkatnya produksi." Namun demikian, menurut GAPMMI menargetkan industri makanan pada tahun ini hanya tumbuh 8%. Hal ini diakibatkan karena kendala yang dihadapi seperti kenaikan upah buruh, tarif dasar listrik, dan gas yang dapat meningkatkan biaya produksi. (Sumber: <http://www.neraca.co.id>)

Persaingan restoran cepat saji di Indonesia bakal semakin ramai beberapa tahun ke depan. Setelah ekspansi beberapa restoran "Barat", industri makanan cepat saji (*fast food*) Indonesia kedatangan tamu dari Filipina. Restoran penyaji burger dan ayam goreng dari Filipina ini memanfaatkan skema masyarakat ekonomi ASEAN

(*ASEAN Economic Community/ AEC*) yang berjalan mulai 2015. "Kami berharap dapat memasuki Indonesia dan Malaysia dalam dua tahun ke depan," kata Direktur Keuangan Jollibee Foods Corp, Ysmael Baysa, dalam forum ASEAN Integration yang diselenggarakan oleh ING Bank di Manila, pekan ini.

Baysa mengatakan skema AEC 2015 mendatangkan peluang baru yang memungkinkan perusahaan mendapatkan berbagai kemudahan. Mobilisasi tenaga kerja murah hingga pembebasan bea masuk sebagian barang impor menjadi peluang menarik untuk melancarkan ekspansi murah meriah. Dia mengatakan, "Kami akan sanggup mengirim orang lebih cepat dan melebarkan bisnis lebih cepat. " Di Indonesia, ada kemungkinan *Fast Food* asal Filipina ini meluncurkan produk yang cocok dengan selera lokal, misalnya ayam goreng berbumbu pedas. Namun restoran terbesar di Filipina ini akan menghadapi pesaing kuat berlevel internasional milik Amerika Serikat yang dimana menguasai hampir semua pasar *Fast Food* yang ada di Indonesia. (Sumber: <http://vista.plasadana.com/>)

Bisnis waralaba di Indonesia mulai marak sejak 1970-an dengan kemunculan restoran-restoran cepat saji (*fast food*) yang kebanyakan berasal dari Amerika Serikat. Hingga tahun 1992 jumlah perusahaan waralaba di Indonesia mencapai 35 perusahaan, 6 di antaranya adalah perusahaan waralaba lokal dan sisanya (29) adalah waralaba asing. (Sumber: <http://www.neraca.co.id>)

Kehadiran restoran cepat saji disambut baik oleh kalangan masyarakat. Restoran yang menyediakan menu yang praktis dan cepat, menjadi daya tarik masyarakat untuk mengunjunginya. Kecepatan dan kepraktisan dalam menyajikan sebuah menu membuat usaha restoran siap saji mulai dilirik. Restoran ini memang banyak dicari masyarakat yang konsumtif akan penyajian yang tanpa menunggu lama-lama. (Sumber: <http://www.bisnismakanan.com>)

Satu lagi nama resto burger dari Amerika yang memasuki Indonesia, Carl's Jr Burger, dengan cabang pertama yang ada di Jakarta. Resto ini dibuka pertama kali di California, tahun 1950. Menurut sejarah, Carl's Jr diambil dari nama sang pendiri, Carl N. Karcher, yang memulai bisnis pada tahun 1940 dengan menu hot dog. Menu burger sendiri justru muncul lima tahun setelah memulai bisnis hot dog. Racikan

daging burger yang lezat membuat Carl percaya diri untuk mengedepankan burger sebagai hidangan andalannya. Burger olahan Carl merupakan *Charbroiled* burger. Istilah untuk burger dengan menghasilkan daging yang beraroma asap, dengan cara membakar *patty* di atas bara api. Sebuah teknik yang akan menghasilkan daging burger yang *juicy*. Komposisi daging memiliki ketebalan yang lebih tebal daripada burger yang lain dan tanpa komposisi penyumbal seperti *breadcrumbs*. Kandungan *patty* burger dari 100% daging sapi benar-benar dipertahankan. (Sumber: <http://www.femina.co.id>)

Grup Trakindo tergiur juga ke bisnis kuliner. Perusahaan yang sebelumnya hanya fokus menggeluti industri *heavy equipment* itu kemudian melakukan *trade over* jaringan resto cepat saji Carl's Jr di Indonesia yang selama ini dikelola oleh *Carl Karcher Enterprise* (CKE) sejak tahun 2010. Gerai pertama Carl's Jr. di bawah manajemen Mahadya beroperasi di Bintaro Jaya Xchange Mall yang diresmikan pada Januari 2014. Mahadya telah melebarkan pasar Carl's Jr. ke Surabaya melalui gerai pertama yang ada di Bandara Internasional Juanda Surabaya. Gerai yang diresmikan pada Februari 2014 ini merupakan gerai Carl's Jr. Indonesia di bandara yang pertama beroperasi 24 jam. (Sumber: <http://swa.co.id>)

Restoran burger asal Amerika yang berdiri sejak tahun 1941, Carl's Jr, membuka gerai baru lagi di kota Surabaya. Mahadya, grup perusahaan yang menaungi brand Carl's Jr di Indonesia, membuka gerai restoran baru itu pada 19 Januari 2015. Gerai terbaru dari Carl's Jr tersebut berlokasi di Jl. Raya Darmo. Ini merupakan gerai ke-10 Carl's Junior di Indonesia. Menurut Irzan H. Pulungan, Presiden Direktur Mahadya, animo masyarakat Surabaya terhadap Carl's Jr sangat baik. "Pembukaan gerai Carl's Jr. di Jl. Raya Darmo membuktikan komitmen Carl's Jr. untuk memperluas jangkauan layanan untuk masyarakat Surabaya," ucap Irzan seperti dilansir dari rilis media yang diterima Liputan6.com. Gerai ke-3 di kota Surabaya ini merupakan gerai stand-alone yang memiliki layanan *drive-thru* dan beroperasi selama 24 jam. Carl's Jr memiliki berbagai burger andalan. Beberapa menu andalan Carl's Jr yaitu *Western Beef Bacon Cheeseburger* (beef burger dengan irisan *beef bacon*, keju, dan bawang bombay goreng renyah), *Portobello Mushroom*

(kombinasi beef burger dengan jamur portobello dan keju), *Charbroiled Chicken Club*, *BBQ Sandwich*, *Hand Breaded Chicken Tenders*, dan lain sebagainya. (Sumber: <http://lifestyle.liputan6.com>)

McDonald's Corporation, jaringan restoran terbesar di dunia, melaporkan sepanjang Oktober penjualan di gerai yang setidaknya sudah berjalan selama 13 bulan, melorot 1,8 persen. Ini merupakan penurunan bulanan untuk kali pertama dalam sembilan tahun terakhir, didorong melemahnya lalu-lintas konsumen di Amerika Serikat. Torehan tersebut di bawah estimasi rata-rata 14 analis yang dikompilasikan oleh Consensus Metrix, seperti dilansir laman Bloomberg, Jumat (9/11), yang memperkirakan penurunan 1,1 persen saja. Dalam pernyataan resminya, jaringan restoran siap saji yang berbasis di Oak Brook, Illinois itu mengatakan penjualan di gerai yang berlokasi di Amerika Serikat turun 2,2 persen pada bulan lalu. Angka tersebut juga di atas perkiraan sejumlah analis, yang memproyeksikan penurunan 1,1 persen. (Sumber: <https://www.ipotnews.com>)

Mehdi Zaidi (*Chief Operating Officer F&B Mahadya*) memperkenalkan konsep desain restoran baru dari Carl's Jr. Indonesia. Konsep baru ini pertama diperkenalkan pada gerai Carl's Jr. di Bintaro Jaya Xchange Mall pada Januari 2014. Mehdi Zaidi mengatakan bahwa Carl's Jr. Indonesia kini hadir dengan desain interior yang modern dan nyaman. Desain ini memberikan suasana yang lebih *exclusive* dan *stylish*. Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, Carl's Jr. Indonesia telah melengkapi menunya dengan rangkaian menu sarapan yang terdiri dari *Breakfast Burger*, *Sunrise Croissant Egg and Cheese*, *Hash Brown*, *Italian Premium Coffee*, dan *Premium Quality Tea*. Rangkaian menu sarapan ini telah hadir di gerai Carl's Jr. di Bandara Juanda Surabaya. Kedepan, rangkaian menu sarapan ini akan hadir di setiap gerai yang berdiri sendiri (*stand alone*) di luar mall. (Sumber: <http://www.mahadasha.co.id>)

Pada penelitian ini, penulis meneliti bagaimana pengaruh dari Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan, Persepsi Nilai, dan Kepuasan Konsumen, yang di jual oleh Carl's Jr. dapat mempengaruhi Pembelian ulang terhadap produk yang dijual oleh Carl's Jr. Beberapa keunikan yang dimiliki oleh Carl's J. daripada restoran *Fast Food*

lainnya adalah Carl's Jr. menyediakan Burger dengan teknik pemasakan *Charbroiled* (Pemanggangan daging burger diatas bara api) sehingga menciptakan ciri khas, selain itu Carl's Jr. menyediakan tempat makan yang bertema exclusive dan stylish, yang dimana berbeda dengan restoran *Fast Food* lain. Sedangkan untuk Kualitas Makanan Carl's Jr. menyediakan semua menu sesuai dengan standar kualitas yang baik, higienis dan halal. Untuk menjaga cita rasa dari Burger yang disediakan oleh Carl's Jr. menerapkan teknik memasak *Charbroiled*, yaitu memasak daging *Patty* di atas bara api sehingga memiliki cirri khas tersendiri. (Sumber: <http://www.femina.co.id>)

Menurut Knight dan Kotschevar (2000) kualitas makanan merupakan suatu tingkatan dalam konsistensi kualitas menu yang dicapai dengan penetapan suatu standar produk dan kemudian mengecek poin-poin yang harus dikontrol untuk melihat kualitas yang ingin dicapai. Setiap produk makanan mempunyai standar sendiri, jadi terdapat banyak standar dalam setiap menu makanan.

Untuk meningkatkan Kualitas Pelayanan, Carl's Jr. selalu memberikan servis yang terbaik terhadap pelanggan, dengan keramah tamahan kami menjadikan pelanggan menjadi prioritas, Carl's Jr. juga menerima Kritik dan Saran dari pelanggan guna meningkatkan Kualitas Pelayanan. Menurut Wyckof dalam Wisnalmawati (2005: 155) berpendapat bahwa "Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan".

Menurut Gavin (1987) persepsi kualitas adalah anggapan konsumen yang didapat melalui performance suatu produk, reputasi brand, harga, ataupun atribut intrinsiknya. Carl's Jr. mendapatkan persepsi yang baik di masyarakat umum, Brand Carl's Jr. dipandang memiliki eksklusivitas tersendiri daripada sang Kompetitor, yaitu McDonald's. Carl's Jr. memiliki persepsi nilai yang bagus oleh karena kualitas makanan yang baik serta tempat makan yang disediakan cukup bagus daripada restoran Fast Food yang lain.

Menurut Kinnear dan Taylor dalam Tjiptono (2003), minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Konsumen Carl's Jr. lebih cenderung memilih menu yang sebelumnya

pernah dipesan, seperti *western deluxe*, karena konsumen yakin akan pemilihan *brand* terhadap menu-menu Carl's Jr. memang berkualitas dan lebih unggul dari McDonald's.

Dilihat dari banyaknya konsumen hingga menimbulkan antrean yang panjang di store-store Carl's Jr. Surabaya sukses memuaskan pelanggannya, dan banyaknya pemesanan ketika di counter-counter Carl's Jr. Kepuasan konsumen juga bertambah ketika ada layanan Free Refill Drink yang disediakan oleh Carl's Jr. Menurut Irawan (2008 : 37) kepuasan pelanggan di tentukan oleh persepsi pelanggan atas performance produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui.

Minat Konsumen untuk membeli kembali sangat besar terhadap Produk-produk Carl's Jr. dilihat dari *store* yang ada di Jalan Kertajaya dan Jalan Raya Darmo yang tidak pernah sepi Pembeli dan kebanyakan pelanggan setia Carl's Jr. Bahkan *store* yang ada di Kertajaya buka hingga 24 jam untuk melayani konsumennya, dan jika dilihat pada waktu malam hari store masih tetap ramai oleh pembeli. Pembelian Ulang (*Repurchase Intention*) dengan mengacu pada pendapat Doods et al. (1991) seperti dikutip Sutantio (2004: 252) adalah kemungkinan pembeli berminat untuk membeli suatu produk lagi dalam suatu periode waktu tertentu.

1.2 Batasan Masalah

Penelitian ini juga menggunakan variable *Food Quality*, *Service Quality*, *Perceived Value*, *Customer Satisfaction*, pada *Repurchase Intention*

Penelitian ini dibatasi pada beberapa hal yaitu:

1. Penelitian ini dilakukan di Surabaya kepada pelanggan Carl's Jr. dalam 3 bulan terakhir ini.
2. Penelitian ini meneliti tentang *Food Quality*, *Service Quality*, *Perceived Value*, *Customer Satisfaction* pada
3. Perhitungan dan analisis hasil kuisisioner menggunakan alat bantu software Amos SEM.

Faktor internal berupa pribadi yang terdiri dari usia, pekerjaan, dan pendidikan, sudah ditentukan dari karakteristik, populasi yaitu 18-65 tahun laki-laki, perempuan, dengan asumsi pengguna dalam usia tersebut pernah membeli produk Carl's Jr. Responden di pilih berdasarkan acak, yaitu dari Surabaya Timur, Surabaya Barat, Surabaya Selatan, Surabaya Tengah.

1.3 Rumusan Masalah

Perumusan masalah pada penelitian ini yaitu apakah faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan dan Minat Beli ulang remaja di Surabaya terhadap Produk Carl's Jr.

Perumusan permasalahan penelitian secara umum yaitu apakah Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan dapat mempengaruhi Minat Beli Ulang konsumen?

Secara spesifik, maka perumusan permasalahan dijabarkan menjadi lima:

1. Apakah *Food Quality* berpengaruh secara signifikan terhadap *Perceived Value*?
2. Apakah *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Perceived Value*?
3. Apakah *Perceived Value* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*?
4. Apakah *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention*?

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan Rumusan masalah tujuan dari penelitian ini melalui penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa variabel-variabel yang ada dalam mempengaruhi pembelian ulang produk Carl's Jr. Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Service Quality* terhadap *Perceived Value*

2. Untuk Menganalisis pengaruh *Perceived Value* terhadap *Customer Satisfaction*
3. Untuk Menganalisis pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Repurchase Intention*

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian ini secara teoritis diharapkan berguna bagi kajian ilmu social dan ilmu pemasaran berkaitan dengan gaya hidup memakan makanan fast food yang berkualitas. Sedangkan manfaat empiris dijabarkan yaitu:

1. Bagi penulis
Bermanfaat langsung dalam memperluas pandangan serta menambah pengetahuan tentang *Food Quality*, *Service Quality*, *Perceived Value*, *Customer Satisfaction* dan *Repurchase Intention* berkaitan dengan sebuah produk.
2. Bagi perusahaan produsen produk
Diharapkan mampu menjadi bahan masukan dalam membangun *Food Quality*, *Service Quality*, *Perceived Value*, *Customer Satisfaction* yang baik agar mampu mencapai target pasar yang diinginkan.
3. Bagi Masyarakat
Diharapkan dapat menambah wawasan mengenai *Food Quality*, *Service Quality*, *Perceived Value*, *Customer Satisfaction* produk yang dikonsumsinya dan berguna bagi kebijakan masyarakat di dalam menggunakan produk secara benar dan bijaksana untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat.

1.6 Pengorganisasian Penulisan

Agar penyusunan proposal dapat dibaca dengan baik, maka secara sistematis penyusunan proposal ini ditulis dengan pembagian ke dalam tiga bagian, yaitu:

BAB I : Pendahuluan

Bab ini menjelaskan secara singkat tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta pengorganisasian penulisan.

BAB II : Telaah Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

Bab ini menjelaskan mengenai telaah pustaka dan hipotesis yang menjadi dasar dalam penyusunan proposal. Telaah pustaka dan hipotesis akan dipergunakan sebagai kerangka dasar untuk melakukan analisis dan sebagai dasar pembahasan untuk memberikan konklusi, implikasi dan rekomendasi.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini menguraikan tentang metode dan jenis penelitian, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, target dan karakteristik populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, prosedur pengumpulan data, aras dan skala pengukuran, serta pengolahan data.

BAB IV : Analisis Data dan Pembahasan

Bab ini membahas tentang deskripsi layanan, deskripsi profil responden, analisa deskripsi variabel penelitian, analisa data dan pembahasan, metode analisis statistic, metode pengujian hipotesis, dan interpretasi hasil.

BAB V : Kesimpulan

Bab ini berisi kesimpulan data dari yang sudah di teliti serta rekomendasi yang di tujuikan untuk penelitian selanjutnya.