

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sektor usaha kuliner global tengah menghadapi perkembangan pesat, ditandai dengan meningkatnya volume penawaran makanan dan minuman, khususnya makanan cepat saji yang tersedia di pasar, termasuk Indonesia. Fenomena ini menunjukkan bahwa makanan siap saji telah menjadi bagian dari budaya modern yang diterima di Indonesia. Salah satu indikatornya adalah banyaknya masyarakat Indonesia, khususnya di perkotaan, yang memiliki jadwal padat dan cenderung memilih makanan yang praktis dan cepat saji (Solehudin et al., 2024).

Kehadiran makanan siap saji mendapat sambutan baik karena penyajiannya cepat dan mudah dikonsumsi. Beberapa perusahaan terkenal di sektor makanan siap saji yang memiliki pangsa pasar luas di banyak negara, termasuk Indonesia, adalah KFC dan McDonald's. Keberadaan perusahaan-perusahaan ini menunjukkan bahwa bisnis makanan siap saji memiliki potensi besar untuk berkembang di Indonesia

Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alam, suku, dan budaya. Namun, hingga saat ini, Indonesia masih menghadapi tantangan dalam mengelola kekayaannya sendiri. Salah satu kekayaan tersebut adalah wisata kuliner. Setiap daerah di Indonesia memiliki makanan khas yang unik, dan

masyarakat memiliki tanggung jawab untuk mempromosikan kuliner khas Indonesia agar dikenal di tingkat internasional. Salah satu langkah yang *ditempuh* oleh para pengusaha kuliner adalah meningkatkan kreativitas dalam usaha, terutama melalui kualitas produk yang baik, seperti pengemasan yang menarik dan layanan berkualitas, agar dapat bersaing secara global (Nawawi & Solihin, 2024)

Saat ini, perkembangan bisnis kuliner di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan, terbukti dengan semakin banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang ini. Bisnis kuliner memiliki potensi yang menjanjikan untuk dikelola dan dikembangkan. Salah satu cara bagi perusahaan untuk berkembang adalah melalui optimalisasi kualitas sumber daya manusia. Pesatnya perkembangan bisnis ini memicu kemunculan produk-produk baru di pasar, yang kemudian memperkuat persaingan diantara para pelaku usaha kuliner. Dengan adanya persaingan tersebut, perusahaan perlu mengembangkan kualitas produk dan meningkatkan keunikan layanan mereka agar tetap unggul, meskipun produk yang ditawarkan serupa dengan pesaing. Beberapa usaha makanan cepat saji yang berkembang di Singaraja yaitu Kentucky Fried Chicken (KFC), McDonald's (McD), Jaya Fried Chicken (JFC), Ayam Crispy Kriuk (ACK), dan Gogo Fried Chicken. Restoran makanan cepat saji tersebut menawarkan jenis produk yang hampir serupa, yaitu olahan ayam goreng, burger, kentang goreng, dan minuman ringan. Selain menawarkan menu yang mirip, sebagian besar restoran tersebut juga menerapkan sistem pelayanan yang hampir sama, yakni konsumen memesan makanan di kasir, kemudian membawa sendiri pesannya ke meja (*self-service*). Kesamaan dalam menu dan sistem pelayanan tersebut membuat konsumen tidak hanya berfokus

pada produk yang ditawarkan, melainkan juga mempertimbangkan faktor lain dalam menentukan keputusan pembelian. Salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam pengambilan keputusan adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh restoran, seperti kecepatan layanan, sikap ramah karyawan, serta ketepatan pesanan. Selain itu, *store atmosphere* atau suasana toko juga menjadi aspek penting yang tidak bisa diabaikan. *Store atmosphere* mencakup kenyamanan ruangan, pencahayaan, kebersihan, tata letak ruangan, serta nuansa yang tercipta di dalam restoran. Kondisi *store atmosphere* yang nyaman dapat memberikan kesan yang baik pada konsumen sehingga mendorong pembelian berulang.

Dalam konteks ini, Jaya Fried Chicken (JFC) Singaraja sebagai salah satu pelaku usaha lokal dalam industri makanan cepat saji juga menghadapi persaingan serupa. Jaya Fried Chicken (JFC) adalah salah satu waralaba produk lokal dari Bali yang, pada tahun 2016, telah memiliki 63 gerai di seluruh Bali. Setiap gerai menghasilkan omzet harian antara Rp 2 hingga 5 juta, atau setidaknya Rp 60 juta per bulan. JFC juga telah memperoleh label sukla dari Sukla Satyagraha, yang bertujuan agar masyarakat Hindu di Bali merasa lebih bangga mengonsumsi produk merek lokal (Wijyanthi, T., & Rianasari, Putu, 2020).

Awalnya dikenal sebagai penyedia makanan cepat saji berbasis junk food, Jaya Fried Chicken kini telah bertransformasi dengan menghadirkan beragam inovasi, baik dari segi menu maupun suasana gerai (*store atmosphere*). Inovasi ini berupaya memberikan pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan memberikan kepuasan bagi konsumen. Kualitas pelayanan dan suasana gerai menjadi dua aspek yang berperan dalam menentukan keputusan konsumen untuk

membeli. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa meskipun aspek seperti tata letak toko dan dimensi interior memiliki pengaruh yang minimal, suasana gerai dapat berdampak signifikan pada keputusan pembelian konsumen.

Di Kota Singaraja, JFC menjadi salah satu pilihan utama bagi masyarakat. Selain itu, JFC juga merupakan waralaba makanan cepat saji yang ada di Singaraja. Masyarakat Singaraja sebagai salah satu segmen konsumen potensial yang mengunjungi JFC untuk menikmati makanan dengan pelayanan cepat serta suasana yang nyaman untuk bersantai. Namun, sejauh mana kualitas pelayanan dan suasana gerai JFC mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat masih belum banyak diteliti.

Dalam dunia bisnis kuliner, keberlanjutan usaha sangat bergantung pada jumlah pelanggan yang datang dan melakukan pembelian. Berdasarkan data yang diperoleh dari Jaya Fried Chicken cabang Pamaran, terlihat adanya fluktuasi jumlah pembeli setiap bulannya. Pada bulan Januari dan Februari, jumlah pembeli mengalami penurunan, kemudian meningkat pada bulan Maret, kembali stabil pada bulan April, dan mengalami kenaikan pada bulan Mei hingga Juni. Namun, pada bulan Juli dan Agustus, jumlah pembeli kembali menurun, sementara pada bulan September mulai meningkat lagi. Selanjutnya, bulan Oktober dan November menunjukkan angka yang relatif stabil, sebelum akhirnya mengalami lonjakan signifikan pada bulan Desember dengan jumlah pembeli tertinggi, yaitu 1.200 orang. Rata-rata jumlah pembeli per hari berada pada kisaran 25-30 orang.



Gambar 1. 1
Frekuensi Pembelian

Fluktuasi ini memicu pertanyaan mengenai faktor-faktor penentu yang mempengaruhi pilihan pembelian pelanggan di gerai Jaya Fried Chicken, Pemaron. Kualitas pelayanan dan suasana restoran dapat mempengaruhi fluktuasi jumlah pelanggan secara signifikan. Kualitas pelayanan dan suasana toko yang tidak konsisten atau tidak menarik dapat berdampak negatif pada pengalaman pelanggan dan mengurangi frekuensi kunjungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak kualitas pelayanan dan suasana toko terhadap keputusan pembelian konsumen, dengan tujuan memberikan rekomendasi untuk meningkatkan akuisisi pelanggan dan daya saing bisnis.

Kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang membedakan satu merek dari merek lain di sektor makanan cepat saji. Kualitas pelayanan yang baik mencakup aspek-aspek seperti kecepatan, ketepatan, kesopanan staf, serta kemampuan untuk menangani keluhan atau kebutuhan khusus pelanggan. Pelayanan yang ramah dan responsif tidak hanya menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan tetapi juga dapat meningkatkan loyalitas dan word-of-mouth diantara masyarakat. Jaya Fried Chicken (JFC) terus berupaya memberikan

layanan terbaik bagi konsumennya. Namun, masih terdapat kendala dalam aspek pelayanan.

Berdasarkan wawancara awal yang dilakukan peneliti kepada 10 orang konsumen yang pernah melakukan pembelian di JFC Singaraja, diperoleh beberapa tanggapan mengenai kualitas pelayanan. Salah satunya yaitu mereka merasa kurang nyaman pada saat melakukan pembelian karena pegawai yang tidak memberikan layanan secara ramah. Hal ini menimbulkan kesan bahwa interaksi antara pegawai dan konsumen belum optimal, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Selain itu, beberapa individu meyakini bahwa karyawan di berbagai lokasi JFC di Singaraja memberikan layanan yang kurang cepat dan tanggap, sehingga berpotensi mengakibatkan pengalaman konsumen yang tidak menyenangkan yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis sejauh mana kualitas pelayanan di JFC berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumennya. Dengan menawarkan kualitas pelayanan yang unggul, Jaya Fried Chicken berpotensi mendapatkan tempat di hati konsumen.

Selain kualitas pelayanan, suasana toko juga memiliki peran penting dalam menarik minat konsumen. Berdasarkan hasil observasi awal, kebersihan di salah satu cabang JFC di Singaraja perlu ditingkatkan. Hal ini dapat dilihat pada cat dinding yang mulai terkelupas dan tampak tidak terawat, sehingga dapat menciptakan suasana yang kurang nyaman. Selain itu, akses parkir yang terbatas dan sempit juga menjadi kendala, terutama pada saat jam makan siang. Kondisi ini dapat mempengaruhi kenyamanan konsumen sehingga berdampak pada keputusan mereka untuk berkunjung.



Gambar 1. 2
Store layout pada JFC Cabang Pemaron

Berdasarkan gambar 1.1, terlihat bahwa penataan meja dan kursi pada JFC di Singaraja khususnya pada cabang Pemaron masih belum optimal karena jaraknya yang terlalu sempit. Ini juga sesuai dengan hasil wawancara yang sama juga memberikan beberapa persepsi konsumen. Mereka mengeluhkan bahwa kondisi tempat makan JFC cabang Singaraja terasa sempit, dan penataan meja serta kursi belum tertata secara efisien. Kondisi ini dapat mempengaruhi konsumen untuk menikmati hidangan langsung di tempat serta berdampak pada kenyamanan konsumen saat berkunjung. Selain itu, sebagian besar responden ragu untuk melakukan pembelian ulang apabila tidak ada perbaikan dari sisi pelayanan dan suasana toko. Sehingga perlu dilakukan evaluasi terhadap kualitas pelayanan dan *store atmosphere* yang diterapkan guna meningkatkan daya tarik dan keputusan pembelian konsumen di JFC Singaraja.

Berdasarkan hasil wawancara dan juga observasi yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa masalah dalam keputusan pembelian di Jaya Fried Chicken di Singaraja bermula dari layanan yang tidak memadai dan lingkungan toko yang tidak menyenangkan, yang menyebabkan beberapa konsumen ragu untuk

melakukan pembelian ulang. Kualitas layanan dan suasana restoran merupakan elemen penting yang mempengaruhi pengalaman konsumen selama berbelanja. Kombinasi layanan yang tidak memadai dan suasana restoran yang tidak menyenangkan dapat menimbulkan pengalaman yang merugikan bagi pelanggan, yang mungkin mempengaruhi keinginan mereka untuk melakukan pembelian lebih lanjut. Oleh karena itu, penilaian terhadap kedua faktor ini sangat penting bagi JFC untuk meningkatkan daya saingnya dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nawawi & Solihin (2024) dengan judul Pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Ranch Market Kembangan Jakarta Barat memberikan hasil bahwa (1) *Store atmosphere* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan (3) secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian lainnya oleh Ardiana et al (2024) judul Pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian menyatakan hasil penelitian bahwa *store atmosphere* dan kualitas pelayanan secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Serdianti & Maskan (2023) dengan judul Pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Di Albaik Caffé Kota Malang. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa suasana toko dan kualitas pelayanan baik secara parsial

maupun simultan memberikan dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan *store atmosphere* merupakan variabel penting yang perlu dianalisis lebih lanjut dalam konteks Jaya Fried Chicken (JFC) di Singaraja, terutama dalam menghadapi dinamika dan fluktuasi perilaku konsumen. Restoran cepat saji, seperti JFC, menjadi salah satu pemain dominan di industri ini, termasuk di Kota Singaraja, Bali.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kualitas pelayanan dan suasana toko terhadap keputusan pembelian konsumen di JFC Singaraja. Temuan ini diharapkan dapat memberikan panduan bagi manajemen JFC Singaraja dalam merumuskan metode yang efektif untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Fenomena yang terjadi di kalangan masyarakat Singaraja menjadi dasar bagi peneliti untuk mengkaji strategi pemasaran yang diterapkan oleh Jaya Fried Chicken. Mengingat permasalahan yang ada, peneliti mengambil judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Jaya Fried Chicken Di Singaraja.”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang di atas, maka perumusan identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1) Banyaknya persaingan industri makanan cepat saji yang ada di Singaraja.
- 2) Terjadi fluktuasi pada frekuensi pembeli di setiap bulannya.
- 3) Konsumen merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan.

- 4) Penataan meja dan kursi terlalu rapat sehingga membuat ruang gerak konsumen terbatas.

1.3 Pembatasan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, penelitian ini memerlukan pembatasan masalah sebagai berikut.

- 1) Penelitian ini hanya difokuskan pada masyarakat Singaraja yang memiliki pengalaman dalam pembelian atau konsumsi di Jaya Fried Chicken.
- 2) Fokus penelitian ini adalah pada pengaruh kualitas pelayanan dan *Store atmosphere* terhadap keputusan pembelian di Jaya Fried Chicken.
- 3) Studi ini hanya akan membahas elemen kualitas pelayanan yang mencakup keramahan, kecepatan, dan responsivitas staf, serta aspek-aspek *Store atmosphere* seperti kebersihan, kenyamanan dan tata letak, dan bagaimana faktor-faktor tersebut mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat Singaraja.
- 4) Penelitian ini terbatas pada analisis faktor-faktor yang berhubungan dengan keputusan pembelian di Jaya Fried Chicken, tanpa membahas restoran atau tempat makan cepat saji lainnya.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

- 1) Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen JFC?

- 2) Apakah terdapat pengaruh *Store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen JFC?
- 3) Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen JFC?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Jaya Fried Chicken (JFC).
- 2) Untuk mengetahui apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Jaya Fried Chicken (JFC).
- 3) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan *store atmosphere* secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen Jaya Fried Chicken (JFC).

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Hasil dari pelaksanaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

- a) Meningkatkan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian, khususnya di kalangan masyarakat Singaraja.

- b) Memperdalam wawasan tentang berbagai factor dalam kualitas pelayanan dan *store atmosphere* yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada usaha kuliner.
- c) Berkontribusi terhadap pengembangan kajian perilaku konsumen, khususnya dalam konteks pembelian makanan cepat saji di kalangan masyarakat.

2. Manfaat Praktis

- a) Bagi Mahasiswa

Melalui penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan bagi mahasiswa tentang bagaimana kualitas layanan dan suasana toko mempengaruhi Keputusan pembelian mereka, sehingga memungkinkan mereka membuat pilihan yang lebih tepat terkait tempat makan.

- b) Bagi Manajemen Jaya Fried Chicken

Penelitian ini dapat menjadi referensi untuk memahami preferensi konsumen masyarakat terkait kualitas pelayanan dan *store atmosphere*, yang dapat digunakan untuk merancang strategi pemasaran dan peningkatan pelayanan yang lebih efektif.

- c) Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian lebih lanjut terkait perilaku konsumen dalam pembelian

makanan cepat saji, khususnya dalam konteks pengaruh kualitas pelayanan dan *store atmosphere* di kalangan masyarakat.

