

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Di saat era globalisasi yang serba maju dan banyaknya perubahan yang terjadi di dunia bisnis seperti bisnis Kuliner. Persaingan antar pebisnis kuliner mulai semakin banyak selain untuk kegiatan sehari – hari juga ingin memperoleh keuntungan untuk pemasukan, hal itu memicu banyaknya pebisnis membuka bisnis seperti makanan cepat saji tentunya yang sangat diinginkan oleh banyak masyarakat, dikarenakan padatnya aktivitas masa kini menyebabkan masyarakat indonesia tidak mempunyai waktu banyak untuk menyiapkan makanan. Maka dari itu mengkonsumsi makanan cepat saji sangat di butuhkan oleh masyarakat Indonesia dengan membeli produk cepat saji seperti KFC, MCD, CFC, Hokben, AW, Pizza Hut, Bread Talk, J.co dan lainnya. Hal tersebut dikarenakan budaya gaya hidup masyarakat untuk memenuhi kepuasan tersendiri dan cita rasa masakan restoran yang memiliki *image* lebih enak daripada masakan buatan sendiri. Berdasarkan fakta diatas pebisnis banyak yang membuka usaha bisnis makanan dan minuman untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari. Anggono (2016) mengatakan bahwa pertumbuhan yang paling tinggi di berbagai belahan dunia merupakan pertumbuhan bisnis makanan dan minuman..

Persaingan yang sangat kompetitif antara pebisnis produk makanan cepat saji, dimana perusahaan bersaing dengan perusahaan lain dari mulai varian rasa dan keanekaragaman variasi menu sebagai keunggulan ciri khas masing –

masing perusahaan. Sebagai perusahaan penyedia makanan cepat saji tentunya perusahaan tidak bersusah payah menarik konsumen untuk membeli produknya, namun perusahaan akan berusaha mengelola pelanggan mereka bertujuan agar pelanggan merasa puas dari kualitas pelayanannya, penyiapan dan penyajian makanan dengan cepat sehingga membuat keputusan pelanggan untuk pembelian ulang kembali.

Di zaman yang serba modern saat ini pebisnis makanan selalu mengutamakan kehalalan produk dikarenakan masyarakat Indonesia yang berdominan beragama Islam dan konsumen yang lebih teliti dalam memilih produk makanan. Serta pengaruh gaya hidup dalam era 4.0 yang sangat berkembang pesat sehingga masyarakat memilih makanan yang berkualitas dan bermerek serta citra positif yang dimiliki perusahaan meyakinkan untuk melakukan keputusan pembelian produk tersebut atas *Brand Image* yang baik. *Brand* yang memiliki citra positif akan menjadi dasar membangun citra perusahaan. Citra merek ialah hubungan antara ide serta keyakinan atas kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek Kueniawan, Wahab & Nailis (2016).

Jika sebuah perusahaan sudah memiliki citra positif yang baik di kalangan masyarakat tentunya *Brand Image* mempengaruhi harga yang sebanding dengan segi kualitasnya, baik segi kualitas pelayanannya maupun kualitas produknya. Oleh karenanya, perusahaan selalu membuat konsumen lama atau baru merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga konsumen merasa keinginan dan kebutuhannya terpenuhi dengan baik.

Jika kepuasan konsumen diutamakan maka perusahaan dengan konsisten mempunyai strategi yang baik untuk mencegah dan mengurangi resiko keluhan dari pelanggan sehingga perusahaan mampu bersaing dengan pesaing lainnya. Hal ini dikarenakan Faktor – faktor yang ada dalam kepuasan konsumen terletak pada Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Biaya Hamdani & Zaman (2017).

*Franchise* menjadi sebutan untuk pebisnis yang menyediakan makanan cepat saji (*Fast Food*). Salah satu restwaralaba makanan internasional yaitu Pizza Hut yang menyediakan pizza sebagai menu utamanya dengan tambahan menu Pasta, nasi, salad, dan minuman yang bervariasi sebagai menu pelengkap Pizza Hut. Perusahaan ini memiliki 12.000 cabang restoran terbesar di berbagai negara. Dengan fasilitas dan dekorasi yang berbeda dengan sebutan “Si Atap Merah” menjadi simbol yang terkenal. Pizza Hut dimulai tahun 1958, ketika Dan dan Frank carney yang dikneal sebagai dua bersaudara berasal dari Amerika Serikat, , saudara teman mereka memberikan ide untuk membuka restoran pizza. Pizza Hut untuk pertama kalinya di Indonesia pada tahun 1984. Pizza Hut memiliki *Brand Image* yang sangat baik tentunya melakukan banyak inovasi baru dari segi kualitas produk, pelayanan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan agar citra merek yang dimiliki oleh Pizza Hut tetap melekat di hati dan di benak fikiran masyarakat untuk minat pembelian ulang kembali produk makana pizza hut. Sumber : wordpress.com (2009).

Pizza Hut Harapan Indah Bekasi ialah salah satu usaha restwaralaba yang mampu bersaing di Kota besar. Berdasarkan Fakta Kota Bekasi adalah Kota

Maju dan berkembang yang dimana bisnis usaha kuliner sudah banyak dikenal dengan berbagai macam rasa. Memilih restoran fastfood tentunya menjadi permasalahan yang dihadapi oleh banyak konsumen, konsumen yang kritis dalam memilih dan mempertimbangkan pembelian dilihat dari segi citra merek sebuah perusahaan, kualitas produk yang menarik dengan banyaknya variasi menu, serta pelayanan yang cepat, tepat dan keramahan sehingga membuat konsumen nyaman untuk melakukan keputusan pembelian. Jika perusahaan sudah menerapkan pelayanan dengan baik dan penyajian produk dengan cepat sesuai harapan para konsumen, tentunya konsumen rela antri untuk membeli produk Pizza Hut.

Fenomena yang terjadi saat ini ialah banyaknya pebisnis yang membuka usaha *restaurant fast food* di sekitar Harapan Indah kota Bekasi dan banyaknya konsumen yang tergolong *smart customer*, dari berbagai daerah yang memburu makanan cepat saji, tentunya akan kritis dalam memilih dan mempertimbangkan pembelian yang dilihat dari lingkungan yang bersih, tempat yang nyaman, sejuk untuk dipandang serta gaya hidup yang mendorong pembelian makanan cept saji. Seperti yang kita ketahui bahwa islam mengajarkan umatnya berdagang untuk mendapatkan hasil keuntungan untuk biaya kehidupan sehari – hari. Namun dengan berdagang islam mengajarkan untuk memberikan harga yang pas untuk menjual suatu produk agar semua kalangan dapat membelinya. Seperti Nabi Muhammad S.A.W yang mengajarkan islam sebagai perdagangan sejak usia muda karna perdagangan sangatlah penting untuk kehidupannya. Sebagai firman Allah SWT dalam Al-

Qur'an surat Al-Baqarah ayat 198:

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ فَإِذَا أَفَضْتُمْ مِّنْ عَرَفَاتٍ  
وَأِنْ كُنْتُمْ مِّن قَبْلِهِ لَمِنَ فَادِكُرُوا اللَّهَ عِنْدَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ وَاذْكُرُوهُ كَمَا هَدَاكُمْ  
الضَّالِّينَ

*Artinya : "Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu. Maka apabila kamu telah bertolak dari 'Arafat, berdzikirlah kepada Allah di Masy'arilharam. Dan berdzikirlah (dengan menyebut) Allah sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu; dan sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar termasuk orang-orang yang sesat." (QS. Al-Baqarah :198)*

Dari ayat diatas membahas untuk para konsumen bisa dapat membeli sebuah produk dengan melihat citra merek sebuah perusahaan dimana kualitasnya terjamin serta harga yang dapat dijangkau. Harga ialah sejumlah sesuatu yang memiliki nilai pada umumnya berupa uang yang harus dikorbankan untuk mendapatkan suatu produk Suparyanto & Rosad (2015). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sangatlah penting, karena perusahaan harus menetapkan harga yang sesuai untuk bisa dijangkau oleh semua kalangan serta mempertimbangkan harga pangsa pasar yang dituju terhadap sebuah produk. Hal ini berpengaruh terhadap sebuah citra merek perusahaan dan kualitas terhadap pelayanannya sehingga akan terjadinya keputusan pembelian.

Mengenai hal tersebut merupakan dimensi kehidupan manusia yang mendapat perhatian ajaran agama islam. Nilai – nilai keagamaan memberikan batasan kepada manusia agar senantiasa dalam melakukan hal kebaikan dan kebajikan kepada orang lain. Dari berbagai pembahasan yang mendorong

tindakan untuk keputusan pembelian. Maka penelitian ini di beri judul  
**“PENGARUH BRAND IMAGE, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PIZZA HUT HARAPAN INDAH BEKASI”**

### **1.2. Perumusan Masalah**

1. Bagaimana pengaruh Brand Image, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Pizza Hut Harapan Indah?
2. Bagaimana pengaruh Brand Image terhadap keputusan pembelian pada Pizza Hut Harapan Indah ?
3. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Pizza Hut Harapan Indah ?
4. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Pizza Hut Harapan Indah ?
5. Bagaimana model Brand Image, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Harapan Indah ?
6. Bagaimana pengaruh Brand Image, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Harapan Indah dalam sudut pandang islam?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui bagaimana pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian.
2. Mengetahui bagaimana pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.

3. Mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.
4. Mengetahui bagaimana Brand Image, Harga, dan Kualitas Pelayanan secara simultan mempengaruhi Keputusan Pembelian.
5. Mengetahui sejauh mana menurut Pandangan Islam dalam pengaruh Brand Image, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara akademis maupun praktis

##### **1. Manfaat Akademis**

Bagi para akademis, penelitian ini dapat menjadi dasar studi perbandingan dan referensi sebagai gambaran bahan masukan pada penelitian lainnya serta bagi pihak – pihak yang membutuhkan.

##### **2. Manfaat Praktis**

Bagi para penulis, penelitian ini sangat berguna untuk menambah pengetahuan di bidang manajemen pemasaran yakni mengenai keberagaman Brand Image, Harga, Kualitas pelayanan dan Kualitas Produk dalam Keputusan Pembelian.