

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring perkembangan dunia bisnis saat ini berbagai perusahaan industri maupun dagang telah banyak didirikan guna memenuhi kebutuhan masyarakat. Namun disisi lain hal tersebut menjadi salah satu penyebab timbulnya persaingan yang semakin meningkat antar perusahaan. Sehingga perusahaan dituntut agar mampu bersaing dalam lingkungan bisnis yang semakin ketat dengan memiliki daya saing yang mampu menarik dan mempertahankan pelanggan agar tetap loyal dengan produk yang dihasilkan perusahaan. Suatu bisnis disebut sukses jika berhasil mendapatkan, mempertahankan dan menumbuhkan pelanggan (Kotler dan Keller, 2009).

Payakumbuh merupakan salah satu kota yang maju di provinsi Sumatera Barat saat ini. Sebagai kota maju yang terus berkembang, laju pertumbuhan perekonomian serta perubahan teknologi dan arus informasinya pun semakin cepat. Hal tersebut akan menjadi salah satu faktor yang mendorong terciptanya persaingan sengit di dalam dunia bisnis. Pasar yang semakin dinamis, mengharuskan para pelaku bisnis untuk secara terus-menerus berinovasi dalam menarik konsumen dan mempertahankan para pelanggannya. Bisnis kuliner saat ini merupakan salah satu bisnis yang marak dan menarik di kota Payakumbuh. Sampai saat ini pun bisnis kafe mulai digemari seiring dengan perubahan selera dan gaya hidup masyarakat di kota Payakumbuh (www.jawapos.com).

Menurut Kotler & Keller (2006) salah satu ukuran keberhasilan dalam pemasaran adalah kemampuan suatu produk untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar. Untuk mencapai kesuksesan suatu usaha atau bisnis harus bisa mendapatkan pelanggan bagi merek atau produk yang mereka jual dan mampu mempertahankan pelanggan mereka untuk tetap setia memilih produk yang ditawarkan serta terus menumbuhkan kembangkan jumlah pelanggan-pelanggan baru yang akan menjadi pelanggan setia bagi produk mereka. Goodwin dan Ball (2003) mengatakan salah satu ukuran agar pangsa pasar tetap dapat dipertahankan dan ditingkatkan adalah adanya konsumen kembali atau konsumen ulang produk atau merek yang sama oleh konsumen.

Namun, permasalahan yang dihadapi oleh pengusaha-pengusaha kuliner atau makanan adalah terbatasnya inovasi produk yang baik bagi kesehatan. Sementara itu konsumen mulai menyadari produk yang baik bagi kesehatan diperkirakan akan berpengaruh terhadap persepsi kualitas, nilai dan intensi untuk membeli produk sehat. Pengusaha masih terfokus mengolah apa yang sudah ada dengan inovasi yang terbatas, (Survey Pendahuluan, 2017).

Hasil penelitian di beberapa negara memperlihatkan pentingnya pengembangan usaha berbasis inovasi. Mc Adam *et.,al.* (2010), menemukan perusahaan baik skala kecil maupun besar untuk masuk ke pasar global membutuhkan inovasi. Penelitian yang dilakukan oleh Wu dan Chen (2014) mengatakan bahwa *perceived innovation* mempengaruhi *perceived quality*, *perceived innovation* juga mempengaruhi *perceived value*, selain itu *perceived quality* mempengaruhi *perceived value*. Chen dan Chang (2012) menemukan

bahwa *perceived value* berpengaruh positif terhadap *green purchase intention*. Artinya semakin tinggi peningkatan *value* yang dirasakan konsumen maka akan semakin tinggi pula minat beli konsumen untuk produk tersebut.

Berdasarkan survei pendahuluan (2017), King's Chicken & Burger merupakan sebuah usaha yang saat ini bergerak dalam bidang makanan atau kuliner berbentuk *franchisee*. Usaha ini merupakan kuliner yang menyajikan ayam goreng, burger, chicken steak, spaghetti, chicken crispy tortilla, chicken corn soup, dll, dimana semua produk menggunakan bahan yang organik, bebas bahan-bahan kimia. Ayam organik disebut juga ayam herbal atau ayam probiotik. Ayam organik merupakan ayam broiler atau ayam potong yang dibudidayakan dari saat setelah menetas hingga panen dengan menggunakan pakan khusus (jagung, dedak, tepung ikan, dan lain-lain) dan tambahan "jamu ternak" berupa ramuan herbal sebagai probiotik alami pengganti antibiotik dan antistress kimia yang biasa digunakan dalam peternakan ayam broiler pada biasanya.

Dalam segi kualitas, peternakan ayam herbal organik yang dibuat oleh PT. ENP juga didampingi dan disupervisi oleh Balitnak (Balai Penelitian Ternak). Racikan pakan khusus dan suplemen jamu ternak ini menghasilkan ayam herbal organik yang berkualitas, bebas residu antibiotik, rendah lemak, bebas bakteri berbahaya, beraroma lebih segar dan rasa lebih enak. Ayam herbal organik dipotong dengan cara manual syar'i di Rumah Potong Ayam (RPA) PT. ENP yang telah memiliki sertifikasi HALAL dari Majelis Ulama Indonesia. Kualitas daging yang dihasilkan juga sudah diuji secara berkala di laboratorium Departemen Pertanian Bogor dan juga beberapa laboratorium lainnya.

Kualitas ayam ini terjamin, karena PT. ENP memiliki peternakan sendiri yang terletak di desa Ciracas, Purwakarta dengan standar operasional dan prosedur peternakan yang sangat ketat (sterilisasi, sanitasi, dan lain-lain) sehingga menghasilkan ayam herbal.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka perlu dilakukan penelitian dengan judul: **Pengaruh *Perceived Innovation, Perceived Quality* dan *Perceived Value* terhadap *Purchase Intention* pada King's Chicken & Burger di Kota Payakumbuh.**

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian sebelumnya maka yang menjadi beberapa permasalahan pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh *perceived innovation* terhadap *perceived quality* pada King's Chicken & Burger di Payakumbuh ?
2. Bagaimana pengaruh *perceived innovation* terhadap *perceived value* pada King's Chicken & Burger di Payakumbuh ?
3. Bagaimana pengaruh *perceived quality* terhadap *perceived value* pada King's Chicken & Burger di Payakumbuh ?
4. Bagaimana pengaruh *perceived value* terhadap *purchase intention* pada King's Chicken & Burger di Payakumbuh ?

1.3.Tujuan Penelitian

Berdasarkan definisi masalah yang ada maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh *perceived innovation* terhadap *perceived quality* pada King's Chicken & Burger di Payakumbuh.
2. Untuk menganalisis pengaruh *perceived innovation* terhadap *perceived value* pada King's Chicken & Burger di Payakumbuh.
3. Untuk menganalisis pengaruh *perceived quality* terhadap *perceived value* pada King's Chicken & Burger di Payakumbuh.
4. Untuk menganalisis pengaruh *perceived value* terhadap *purchase intention* pada King's Chicken & Burger di Payakumbuh.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang memiliki kepentingan yang berhubungan dengan pokok-pokok bahasan yang diangkat dari penelitian ini, yaitu:

a. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan baik bagi penulis maupun penulis berikutnya. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan referensi dalam bidang ilmu manajemen yang berkaitan dengan manajemen pemasaran khususnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *purchase intention*, yaitu *perceived innovation*, *perceived quality*, dan *perceived value*.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan sebagai masukan dan bahan pertimbangan bagi pemilik dan manajer, agar dapat mengetahui secara jelas apa saja faktor yang mempengaruhi *purchase intention*

konsumen terhadap produk yang dihasilkan perusahaan sebagai sarana dalam penetapan strategi untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan konsumen.

1.5. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini akan dibahas pengaruh *perceived innovation, perceived quality* dan *perceived value* terhadap *purchase intention* di King's Chicken & Burger Payakumbuh.

1.6. Sistematika Penulisan

Secara keseluruhan penelitian ini terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II: Tinjauan Literatur

Bab ini berisi tentang landasan teori mengenai variabel-variabel dan hal-hal yang ada dalam penelitian, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran dan hipotesis.

Bab III: Metode Penelitian

Bab ini berisi tentang desain penelitian, operasional variabel, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, analisis data dan pengujian hipotesis.

Bab IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini merupakan isi pokok dari penelitian yang berisi deskripsi objek penelitian, analisis data, pembahasan dan implementasi hasil penelitian sehingga dapat diketahui hasil yang diteliti mengenai hasil pengujian hipotesis.

Bab V: Penutup

Bab ini berisi kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian dan saran bagi penelitian selanjutnya.

