

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

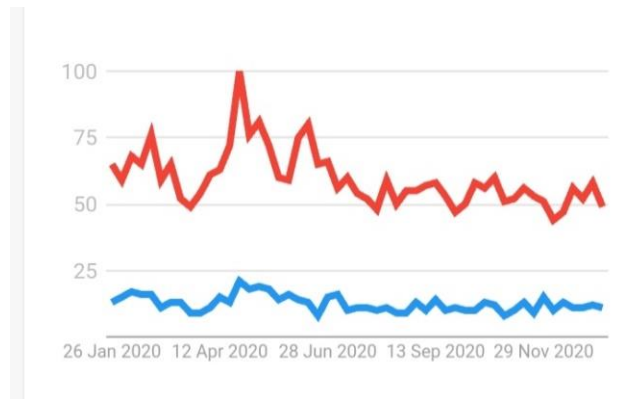
Pada saat sekarang ini dunia telah memasuki industri 4.0 dimana sudah banyak trend – trend baru yang menggantikan trend lama yang mulai mengalami inovasi dari waktu ke waktu. Dimana segala sesuatunya sudah menggunakan yang namanya teknologi. Inovasi sudah banyak terjadi di dunia sehingga menggantikan hal-hal lama dengan hal-hal baru yang lebih inovatif. Termasuk inovasi yang terjadi dalam industri makanan dan minuman. Makanan dan minuman sudah banyak berinovasi dan melakukan perubahan. Globalisasi telah membuat persaingan bisnis makanan dan minuman menjadi sangat besar. Dimana, dengan tingginya globalisasi saat ini, masyarakat mulai mencari makanan serta minuman yang sesuai dengan trend yang ada saat ini dan sesuai dengan gaya hidup masyarakat.

Menurut kementerian perindustrian Republik Indonesia , industri makanan serta minuman kini menjadi sektor manufaktur yang andal dalam berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi nasional. Tahun 2018, tenaga kerja pada sektor industri manufaktur naik 17,4% atau mencapai 18,25 juta orang jika dibandingkan dengan tahun 2015. Industri makanan pada tahun 2018 menjadi kontributor terbesar hingga mencapai 26,67 % (Kemenperin, 2019). Menurut bapak Abdul Rochim selaku Direktur Jenderal Industri Agro, mengatakan bahwa investasi di industri makanan serta minuman cukup mengalami peningkatan yang

signifikan. Industri makanan dan minuman pada triwulan III di tahun 2019 memberikan kontribusinya sebesar 36,49% untuk Produk Domestik Bruto (PDB) (Gatra.com, 2019). Di triwulan II 2020, data dari BPS mengatakan pertumbuhan industri makanan dan minuman adalah sebesar 0,22% (Kemenperin, 2020).

Tren makanan dan minuman yang digemari oleh masyarakat berubah-ubah disepanjang tahun. Makanan yang mulai terkenal di Indonesia salah satunya adalah ayam geprek, dimana ayam tersebut digoreng dengan tepung lalu setelah itu akan dilumatkan dengan sambal yang biasanya adalah sambal bajak (Valentina, 2018). Kota Yogyakarta merupakan asal dari ayam geprek (Agmasari, 2018b). Ayam geprek adalah ayam yang pengolahannya dengan cara dipukul atau ditekan, dimana kata geprek merupakan kata dalam bahasa jawa (Agmasari, 2018a).

Sebelum ayam geprek dikenal luas oleh masyarakat indonesia, mereka mengenal kuliner yang hampir mirip yaitu ayam penyet. Ayam penyet merupakan hidangan ayam unkep bumbu kuning yang diberi sambal diatasnya (Agmasari, 2020). Dengan naik daunnya Ayam Geprek, masyarakat banyak yang mencari makanan Ayam Geprek saat ini dibandingkan ayam penyet.



Gambar 1.1
Perbandingan Pencarian Google Ayam Geprek dan Ayam Penyet

Sumber : google trend

Dari data google trend perbandingan pencarian ayam geprek dan ayam penyet di google selama 12 bulan terakhir dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan yang signifikan apa yang dicari oleh warganet dalam 12 bulan terakhir yang mengindikasikan bahwa ayam geprek (grafik merah) memang memiliki popularitas yang lebih unggul dibandingkan ayam penyet (grafik biru) pada saat sekarang ini.

GoFood juga merilis data produk yang akan laris sepanjang tahun 2020 mengingat makanan-makanan yang paling laku di GoFood pada tahun 2019. Salah satunya yaitu ayam geprek. Menu ayam geprek sukses terjual sekitar 300 juta porsi sepanjang tahun 2019 (Wednesyuda, 2020). Salah satu brand ayam geprek yang ada Indonesia adalah Geprek Bensu.

Franchise ayam geprek yang dimiliki oleh aktor Indonesia yaitu Ruben Onsu yang mana dia menjabat sebagai CEO di PT Onsu Pangan Perkasa yang didirikan

pada 17 april 2017 ini diberi merek Geprek Benu. Hingga 2021 Geprek Benu telah memiliki 126 gerai di seluruh Indonesia dan luar negeri. Geprek Benu terpilih sebagai Best Partner Gojek selama 2 tahun berturut- turut dan mendapat penghargaan dari Grab yaitu mitra merchant GrabKitchen cakupan terluas. Salah satu gerai Geprek Benu yaitu berada di Kota Bukittinggi Sumatera Barat tepatnya di Jl. Veteran No.20 Bukittinggi yang pertama kali dibuka pada 12 mei 2018. Saat ini sudah banyak bisnis ayam geprek yang menjamur di kota Bukittinggi, sehingga Geprek Benu Bukittinggi memiliki pesaing.

Geprek Benu Bukittinggi harus berusaha untuk tetap mempertahankan konsumen mereka sehingga konsumen mereka akan dan tetap melakukan pembelian berulang makanan kepada gerai mereka atau yang dikenal sebagai *Repurchase Intention*. (Yuliantoro et al., 2019) mengatakan, keinginan untuk membeli kembali suatu produk makanan dan minuman merupakan bentuk respon dari pelanggan atas pengalaman menikmati produk tersebut. Banyak hal yang dapat digunakan dalam meningkatkan minat pembelian dari konsumen, salah satunya adalah dengan memperhatikan *customer satisfaction* terhadap Geprek Benu Bukittinggi.

Semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh konsumen maka akan semakin tinggi pula kemungkinan mereka untuk melakukan *repurchase intention*. Terbukti pada penelitian dilakukan oleh (Saleem, Zahra, & Yaseen, 2017) yang mengatakan bahwa dengan adanya kepuasan yang dirasakan oleh konsumen maka akan memberikan pengaruh terhadap keinginan konsumen untuk melakukan pembelian ulang (*repurchase intention*). Penelitian dari (Ashfaq, Yun, Waheed,

Khan, & Farrukh, 2019) juga telah menunjukkan bahwa *repurchase intention* dipengaruhi oleh *satisfaction*. Kemudian, penelitian yang juga sudah dilakukan oleh (Tandon, Kiran, & Sah, 2017) menegaskan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *customer satisfaction* dengan *repurchase intention*. Tentu dengan adanya justifikasi penelitian yang telah dilakukan memberikan fakta bahwa dengan adanya kepuasan pelanggan yang tinggi akan memberikan keinginan yang tinggi bagi mereka untuk melakukan pembelian berulang.

Tidak hanya itu faktor lain yang juga bisa meningkatkan minat pembelian ulang bagi Geprek Benu Bukittinggi adalah kualitas makanan dan pelayanan. Yang mana menurut penelitian yang telah dilakukan oleh (Konuk, 2019) bahwa dengan adanya *food quality* yang dirasakan konsumen akan memberikan keinginan untuk konsumen melakukan kunjungan ulang atau pembelian berulang. (Wilson, Keni, & Tan, 2019) dalam penelitiannya mengatakan dengan kualitas pelayanan yang juga baik tentu akan ada keinginan dari konsumen untuk melakukan pembelian secara berulang.

Kualitas makanan yang diberikan oleh Geprek Benu Bukittinggi juga dapat meningkatkan kepuasan dari konsumen. Dengan adanya kualitas dari makanan yang disuguhkan oleh Geprek Benu Bukittinggi, tentu ini akan meningkatkan *customer satisfaction*. Ini dibuktikan dengan adanya penelitian-penelitian mengenai bagaimana *food quality* mempengaruhi *customer satisfaction*. Penelitian yang telah dilakukan oleh (Al-Tit, 2015) menunjukkan adanya pengaruh yang positif antara *food quality* dengan *customer satisfaction*. (Hanaysha, 2016) dalam

penelitiannya menunjukkan bahwa memang terbukti *food quality* memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*.

Service quality atau kualitas pelayanan yang diberikan oleh Geprek Benu Bukittinggi kepada konsumen mereka juga menjadi faktor dalam meningkatkan *customer satisfaction* selain *food quality*. Konsumen akan merasa semakin puas jika Geprek Benu Bukittinggi mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik atau memenuhi harapan. Ini di justifikasi dengan adanya penelitian yang pernah dilakukan. Penelitian (Wilson et al., 2019) menunjukkan adanya hubungan antara kualitas layanan yang diberikan dengan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. (YILDIZ, 2017) mengatakan pada penelitiannya bahwa memang *customer satisfaction* secara signifikan dipengaruhi oleh *service quality* yang diberikan.

Dengan adanya *customer satisfaction* yang dipengaruhi oleh *food quality* dan *service quality*, maka nantinya akan ada *repurchase intention* yang dilakukan oleh konsumen yang disebabkan oleh kualitas makanan dan pelayanan yang membuat konsumen puas, atau dengan kata lain di mediasi oleh *customer satisfaction*. Dengan tingginya kualitas makanan yang diberikan dan tingginya kualitas pelayanan yang diberikan Geprek Benu Bukittinggi yang pada akhirnya memberikan kepuasan akan kualitas makanan dan pelayanan mereka, akan menuntun konsumen untuk memiliki minat dan keinginan dalam melakukan pembelian ulang (*repurchase intention*). Melihat penelitian yang telah dilakukan oleh (Abdullah, Hamir, Nor, Jayaraman, & Rostum, 2018) yang mana kualitas dari makanan yang dirasakan oleh konsumen memiliki hubungan dengan keinginan konsumen berkunjung lagi ke restaurant tersebut dan membeli lagi

makanannya dikarenakan mereka merasakan kepuasan karena kualitas makanan tersebut. Sehingga dengan kualitas makanan yang memberikan pengaruh pada kepuasan yang akan mereka rasakan, tentu konsumen akan melakukan pembelian ulang pada Geprek Benu Bukittinggi. Penelitian yang dilakukan oleh (Saleem et al., 2017) menunjukkan bahwa *service quality* memberikan pengaruh signifikan terhadap *repurchase intention* yang dimediasi oleh *customer satisfaction*. Sehingga kualitas makanan dan pelayanan serta kepuasan pelanggan merupakan hal yang harus diperhatikan oleh Geprek Benu Bukittinggi agar dapat mempertahankan konsumen mereka untuk melakukan pembelian berulang.

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti akan menginvestigasi bagaimana pengaruh *repurchase intention* konsumen Geprek Benu Bukittinggi yang dimediasi oleh *customer satisfaction*, dimana penelitian ini difokuskan pada *food quality* dan *service quality* sebagai variabel bebas dengan judul “ **Pengaruh *Food Quality* dan *Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* Konsumen dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Konsumen Geprek Benu Bukittinggi) ”**

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah dijabarkan diatas, rumusan masalah yang bisa diidentifikasi adalah:

1. Bagaimana pengaruh *Food Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada konsumen Geprek Benu Bukittinggi?

2. Bagaimana pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada konsumen Geprek Benu Bukittinggi?
3. Bagaimana pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Repurchase Intention* pada konsumen Geprek Benu Bukittinggi?
4. Bagaimana pengaruh *Food Quality* terhadap *Repurchase Intention* pada konsumen Geprek Benu Bukittinggi?
5. Bagaimana pengaruh *Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* pada konsumen Geprek Benu Bukittinggi?
6. Bagaimana pengaruh *Food Quality* terhadap *Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction* pada konsumen Geprek Benu Bukittinggi?
7. Bagaimana pengaruh *Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction* pada konsumen Geprek Benu Bukittinggi?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh *Food Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada konsumen Geprek Benu Bukittinggi.
2. Untuk menganalisis pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada konsumen Geprek Benu Bukittinggi.
3. Untuk menganalisis pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Repurchase Intention* pada konsumen Geprek Benu Bukittinggi.
4. Untuk menganalisis pengaruh langsung *Food Quality* terhadap *Repurchase Intention* pada konsumen Geprek Benu Bukittinggi.

5. Untuk menganalisis pengaruh langsung *Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* pada konsumen Geprek Benu Bukittinggi.
6. Untuk menganalisis pengaruh *Food Quality* terhadap *Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction* pada konsumen Geprek Benu Bukittinggi.
7. Untuk menganalisis pengaruh *Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction* pada konsumen Geprek Benu Bukittinggi.

1.4 Manfaat penelitian

1. Manfaat Teoritis

Pengetahuan mengenai *repurchase intention* yang dipengaruhi oleh *food quality* dan *service quality* dan dimediasi oleh *customer satisfaction* bisa menjadi manfaat teoritis untuk penelitian dimasa yang akan datang setelah penelitian ini, yang melakukan penelitian berbeda dan sampel yang lebih banyak daripada jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

Perusahaan dapat memperoleh informasi serta masukan yang berasal dari hasil penelitian ini merupakan manfaat praktisnya. Perusahaan akan mengetahui faktor-faktor apa saja yang bisa membuat konsumen melakukan pembelian berulang dari sebuah produk.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini memiliki tujuan melakukan analisis pengaruh *food quality* dan *service quality* terhadap *repurchase intention* dengan dimediasi oleh *customer satisfaction* yang dilakukan pada konsumen Geprek Benu Bukittinggi.

1.6 Sistematika Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan dengan sebuah sistematika dan dijabarkan dalam bab-bab berikut ini:

BAB I PENDAHULUAN

Bagian dari bab ini adalah menjabarkan latar belakang peneliti untuk melakukan penelitian ini, rumusan masalah yang diteliti, tujuan dilakukan penelitian, manfaat dari penelitian, ruang lingkup serta sistematika dari penelitian.

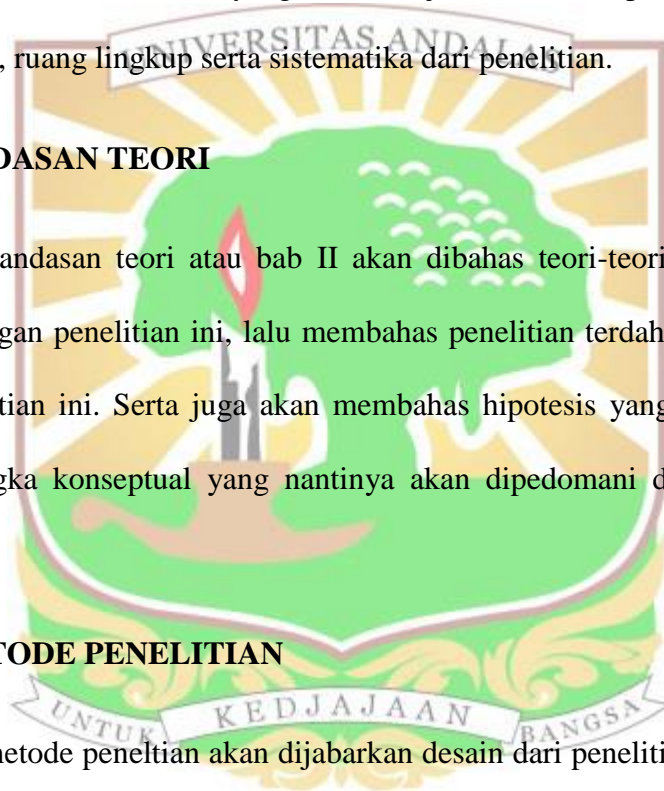
BAB II LANDASAN TEORI

Pada bagian landasan teori atau bab II akan dibahas teori-teori yang memiliki hubungan dengan penelitian ini, lalu membahas penelitian terdahulu yang serupa dengan penelitian ini. Serta juga akan membahas hipotesis yang dikembangkan beserta kerangka konseptual yang nantinya akan dipedomani dalam mengolah data.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bagian metode penelitian akan dijabarkan desain dari penelitian ini, apa yang akan menjadi populasi dan sampel dari penelitian, metode apa yang digunakan dalam mengumpulkan data, serta operasionalisasi variabel dan metode apa yang akan digunakan peneliti dalam menganalisis data dan menguji hipotesis.

BAB 1V HASIL PEMBAHASAN



Pada bagian hasil dan pembahasan nantinya akan dibahas analisis deskriptif dari jawaban responden yang didapat dari kuesioner yang sudah dijawab, serta melakukan analisis data yang didapat untuk diuji hipotesis yang sudah dijabarkan.

BAB V PENUTUP

Bagian terakhir adalah bagian kesimpulan, dimana akan dijabarkan kesimpulan secara menyeluruh terkait hasil dari penelitian yang sudah di uji, memberikan saran dan implikasi bagaimana sebaiknya hasil penelitian ini digunakan, dan juga memberikan keterbatasan dari penelitian ini.

