

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kota Malang, merupakan salah satu kota yang memiliki tingkat mobilitas yang tinggi karena merupakan kota pelajar di Jawa Timur, dengan tingkat mobilitas yang tinggi tersebut makin banyak juga tingkat persaingan di bidang bisnis kuliner salah satunya. Memang tidak dipungkiri bahwa kuliner di Malang menjadi peluang bisnis yang menguntungkan, dan juga merupakan salah satu daya tarik masyarakat luar kota, karena berbagai macam pilihan kuliner tersedia di seluruh penjuru Kota Malang. Perkembangan bisnis kuliner di Malang saat ini pun mengalami perkembangan yang cukup pesat, hal ini dapat dilihat dari bertambahnya tempat kuliner yang semakin banyak, bahkan semakin ketatnya persaingan membuat pelaku bisnis bekerja ekstra untuk mendapatkan loyalitas dari konsumen. Ditambah dengan akses internet yang mudah diakses oleh setiap pendatang untuk mencari tempat kuliner yang ada di Malang, dan juga masih didukung berbagai macam aplikasi pesan makanan lewat online yang memudahkan setiap para pendatang mendapatkan referensi makanan yang sudah dibiliang memiliki nama atau citra baik dari tempat makan tersebut.

Dalam bisnis retail, terdapat banyak cara untuk mendapatkan loyalitas pelanggan salah satunya seperti memberikan informasi tentang kualitas produk. mengubah, memperbaiki dan menambahkan kualitas dari produk yang sudah dikeluarkan. Membangun ingatan baik tentang produk yang telah diedarkan, sehingga membuat para pelanggan memiliki komitmen dan juga kesetiaan terhadap produk kita (Kartajaya, 20010). Selain kualitas produk yang dapat membantu mempengaruhi loyalitas konsumen, hal lain yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen yaitu harga. Harga adalah suatu nilai yang dipertukarkan konsumen untuk suatu manfaat atas penggunaan, kepemilikan, pengkonsumsian produk barang atau jasa (amstrong dan Kotler, 2007 :439) . Pelaku bisnis menentukan harga produknya untuk keberlangsungan hidup produk tersebut, namun penetapan harga pada suatu produk tidak lah gampang, banyak hal yang harus dipertimbangkan,

diantanya harga bahan baku dan biaya oprasional. Dalam hal ini, para pelaku bisnis menjadikan harga merupakan suatu hal yang sangat penting yang harus ditentukan, harga yang bersaing di pasaran menjadi salah satu pertimbangan konsumen untuk membeli, menetap dan merekomendasikan produk tersebut, konsumen akan mencari produk dengan harga paling murah dengan kualitas barang yang optimal.

Di kota Malang sendiri terdapat banyak daerah kuliner yang menyajikan banyak pilihan makanan maupun tempat nongkrong seperti didaerah SM, Batu, Jodipan, Klojen, dan masih banyak lagi tempat yang biasanya dijadikan destinasi kuliner oleh masyarakat malang maupun para pendatang. Peneliti lebih tertarik kepada salah satu tempat makan yang ada di daerah Klojen, yang lebih tepatnya di Rajakwesi, Pulosari, Klojen. Yaitu **Kanekabe food, Kanekane Food** sendiri merupakan salah satu kedai makan cepat saji yang dimana terdapat berbagai macam menu yang digemari para masyarakat yang memiliki tingkat mobilitas tinggi seperti mahasiswa, pelajar, maupun pekerja kantoran. Saat datang ke **Kanekabe Food**, pelanggan akan disambut dengan tempat yang minimalis namun terkesan luas karena **Kanekabe Food** menggunakan konsep open kitchen yang dimana semua makanan yang dipesan akan diolah saat itu juga, sehingga para konsumen mengetahui apa saja yang diolah oleh karyawan. Selain terjamin akan kebersihan makanan yang diolah, **Kanekabe Food** sendiri memiliki harga yang cukup relatif bagi para konsumen yang memiliki tingkat mobilitas tinggi. Namun selama masa pandemi kemarin terdapat banyak perubahan tempat ,menu dan juga harga yang sudah diganti,biarpun sudah diganti perubahan tempat Kanekabe masih mempertahankan konsep open kitchen,hanya perubahan tempat dine in yang dikurangi, dan tempat produksinya kini makin terbuka untuk para pelanggan yang penasaran dengan apa saja yang diolah. Selain tempat yang dirubah, untuk menunya pun juga dikurangi, dipilih berdasarkan menu yang paling laris terjual.

Table 1 Data Penjualan Bulan Januari- Juni 2020

BULAN	PENDAPATAN
JANUARI	Rp. 2.897.000

FEBRUARI	Rp.3.219.500
MARET	Rp.2.105.000
APRIL	Rp.1.368.000
MEI	Rp.2.363.000
JUNI	Rp.1.978.000
Jumlah	Rp. 13.930.500

Sumber : Owner Kanekabe food

Konsumen dalam memberikan kelayalannya terhadap suatu produk sangat di pengaruhi oleh kualitas merek. Dalam persaingan merek yang semakin ketat, konsumen dihadapkan dengan banyak pilihan merek. untuk mempertahankan loyalitas konsumen sebuah merek harus memiliki keunggulan kompetitif terhadap mereknya. Kualitas merek, perubahan harga merupakan salah satu strategi dalam bisnis konsumen saat ini.

Dari latar belakang yang tertera diatas ,maka peneliti tertarik untuk mengambil judul **“PENGARUH EKUITAS MEREK,PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI KANEKABE FOOD”**.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang telah dijadikan untuk referensi dari penelitian ini adalah penelitian terbaru, tempat dan juga latar belakang dari objek penelitian, sehingga diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai pemecah masalah di kemudian hari oleh para pelaku bisnis yang mengalami permasalahan yang hampir sama dengan masalah yang sedang dialami oleh obejk penelitian saat ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah tertera diatas, terdapat penurunan tingkat penjualan maka dapat dirumuskan suatu masalah sebagai berikut :

1. Apakah Ekuitas merek masih berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Kanekabe Food ?
2. Apakah perubahan harga yang dilakukan memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen Kanekabe Food ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah ada, maka tujuan dari si peneliti ialah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Ekuitas merek terhadap loyalitas konsumen di Kanekabe food.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas konsumen di Kanekabe Food.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan unntuk memahami seberapa pentingnya ekuitas merek dan juga harga berpengaruh terhadap loyalitas koonsumen, sehingga mampu mempertahankan bisnis yang lama, dan juga penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan referensi kepada para pelaku bisnis yang mungkin sedang mengalami permasalahan yang sama ,dan para pembaca lainnya diharapkan untuk dapat pemahaman yang lebih mengenai tentang strategi bisnis.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Akademis

Memberikan tambahan informasi pihak lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan menambah kepustakaan sebagai informasi bahan refrensi bagi penelitian lain serta sebagai rasa wujud Terima Kasih kepada STIE Malang Kucecwara.

2. Bagi Objek penelitian

Secara tidak langsung, penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan yang bisa dipertimbangkan untuk Kanekabe Food dalam

membangun loyalitas pelanggan melalui Kualitas Merek dan Persepsi Harga, sehingga membuat nama Kanekabe semakin dikenal oleh banyak konsumen di Kota Malang.