

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Industri makanan dan minuman atau kuliner di Indonesia saat ini sangatlah beragam dan terus berkembang. Industri tersebut merupakan sektor yang cukup strategis bagi perkembangan ekonomi di Indonesia. Dari data Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Republik Indonesia mencatat subsektor bidang kuliner berkontribusi 41,4 % dari jumlah kontribusi perekonomian kreatif 922 triliun rupiah pada 2016. Jumlah tersebut merupakan yang tertinggi jika dibandingkan dengan 16 subsektor lain (kompas.com, 2018).

Berdasarkan data dari lembaga survey Katadata Indonesia (2018), tingkat pertumbuhan Industri makanan dan minuman terus mengalami pertumbuhan. Adapun persentase pertumbuhannya dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel I.1**  
**Tingkat Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman**

No.	Tahun	Quartal	Tingkat Pertumbuhan Industri Makanan Dan Minuman
1	2014	1	9.42
2	2014	2	10.86
3	2014	3	10.08
4	2014	4	7.64
5	2015	1	8.16
6	2015	2	8.48
7	2015	3	6.94
8	2015	4	6.62
9	2016	1	7.6
10	2016	2	8.13

11	2016	3	9.98
12	2016	4	8.07
13	2017	1	8.25
14	2017	2	7.01
15	2017	3	9.46
16	2018	-	7.40

Sumber : [katadata.co.id](http://katadata.co.id) (2018)

Kuliner saat ini tidak hanya menjadi kebutuhan pokok untuk memenuhi kebutuhan biologis saja, tetapi juga telah menjadi *trend* gaya hidup di masyarakat. Minat masyarakat yang sangat tinggi terhadap kuliner menyebabkan semakin bermunculannya usaha kuliner dengan tema dan menu makanan yang semakin kreatif dan inovatif. Salah satu *trend* makanan yang sedang beredar di masyarakat khususnya di wilayah Jabodetabek adalah makanan dengan cita rasa pedas seperti mie pedas, ayam goreng pedas, ayam geprek, seblak, dan lain sebagainya (sindonews.com, 2018). *Trend* mengonsumsi makanan dengan citarasa pedas dapat dibuktikan dari banyaknya *vlogger* atau masyarakat yang membuat video yang berisi tentang makanan pedas dan mengunggahnya di media sosial terutama Youtube. Beberapa usaha kuliner yang menyediakan makanan pedas dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel I.2**  
**Usaha Kuliner yang Menyediakan Makanan Pedas**

No.	Nama Usaha Kuliner	Lokasi Usaha	Jenis Makanan Pedas
1	Ayam Geprek Mbok Moro	Jawa - Sumatera	Olahan Ayam
2	Ayam Jerit	Jkt, Depok, Sby	Olahan Ayam
3	Ayam Keprabon Express	Jabodetabek	Olahan Ayam
4	Geprek Benu	Jawa, Sumatra, Kalimantan, Sulawesi, Bali, NTB,dll	Olahan Ayam

5	Makaroni Ngehe	Jabodetabek, Bandung, Malang, Surabaya, Yogyakarta	Makaroni
6	Mie Setan	Malang	Mie
7	Nasi Goreng Mafia	Bandung - Jabodetabek	Nasi Goreng
8	Nona Judes	Jakarta	Olahan Ayam
9	Ok-Cis	Jakarta - Depok	Olahan Ayam
10	Ramen 38 Sanpachi	Jakarta	Mie
11	Richeese Factory	Jawa, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, Bali	Olahan Ayam
12	Sambal Ngeledek Bang Agung	Tangerang	Olahan Ayam
13	Sambel Setan Hj. Muth	Jakarta	Masakan Tradisional Nusantara & Sambal
14	Sate Petir Pak Nano	Yogyakarta	Sate
15	Seblak Jeletet Murni	Jakarta Tangerang	Seblak
16	Waroeng Spesial Sambal (SS)	Jakarta, Tangerang, Depok	Masakan Tradisional Nusantara & Sambal
17	Warung Indomie Abang Adek	Jakarta	Mie
18	Warung Pedas Paraaah	Bekasi	Masakan Tradisional Nusantara & Sambal

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Usaha kuliner pada saat ini memang banyak diminati oleh masyarakat bahkan yang berprofesi sebagai artis di dunia hiburan. Usaha kuliner yang dijalani setiap artis berbeda-beda, ada yang menyediakan makanan khas nusantara, kue dengan topping dan pastry, kopi, makanan sehat, makanan bercita rasa pedas, dan lain sebagainya. Berbagai macam jenis usaha kuliner yang dimiliki atau dikelola oleh para artis tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel I.3**  
**Usaha Kuliner yang Dimiliki/Dikelola Artis Indonesia**

No.	Nama Usaha Kuliner	Nama Pemilik/Pengusaha	Jenis Makanan / Minuman	Bulan-Tahun Didirikan
1	Dapur Mama Thia	Cynthia Lamusu	Nasi Kepal	2011
2	Rendang Nantulang	Meisya Siregar	Rendang	2012
3	Bumbu Dapur	Gunawan	Masakan Khas Nusantara	2014
5	Ayam Geprek Mbok Moro	Peggy Melati Sukma	Olahan Ayam Pedas	Mar-13
6	Filosofi Kopi	Chicco Jerikho & Rio Dewanto	Kopi	Apr-15
7	Mie&You	Baim Wong	Bakmie	Mei-15
4	Strudel Malang	Teuku Wisnu	Kue Lapis Pastry	Jul-15
8	Jogja Scrummy	Dude Herlino	Brownies Puff Pastry	Jun-16
9	Medan Napoleon	Irwansyah	Napoleon Cake	Okt-16
10	Surabaya Snowcake	Zaskia Sungkar	Kue Lapis Pastry	Jan-17
11	Makassar Backlave	Irfan Hakim	Pastry Khas Turki	Jan-17
12	Bosang Makassar	Ricky Harun	Kue Lapis Pastry Dan Cream	Jan-17
13	Geprek Benu	Ruben Onsu	Olahan Ayam Pedas	Apr-17
14	MAM	Dian Sastrowardoyo	Fast Food Sehat	Mar-17
15	Bandung Makuta	Laudya Cynthia Bella	Bolu Lapis Pastry	Mar-17
16	Bogor Rain Cake	Shiren Sungkar	Bolu Topping	Apr-17
17	Cirebon Sultana	Indra Bekti	Kue Lapis Pastry	Apr-17
18	Lamington Pontianak	Glenn Alienski	Kue Australia	Apr-17

19	Mamahke Jogja	Zaskia Adya Mecca	Kue Lapis Pastry	Mei-17
20	Surabaya Patata	Oki Setiana Dewi & Ria Ricis	Keu Berbahan Dasar Kentang	Mei-17
21	Cirebon Kelana	Ussy Pratama	Bolu Lapis Pastry	Mei-17
22	Semarang Wife Cake	Chelsea Olivia	Pie Lapis Pastry	Mei-17
23	Queen Apple Malang	Farah Quinn	Kue Pastry Apel	Mei-17
24	Princess Cake	Syahrini	Bolu Lapis Pastry Dan Cream	Jun-17
25	Queenroll Palembang	Sandra Dewi	Japanese Cheese Cake	Jun-17
26	Solo Pluffy	Jessica Mila	Kue Dengan Topping	Jun-17
27	Jambi Jambe	Sarwendah	Bolu Lapis Pastry dan Topping	Jun-17
28	Lampung Banana Foster	Henky Kurniawan	Bolu Pisang	Jun-17
29	Jedar Koofee	Jessica Iskandar	Kopi	Jul-17
30	Mango Bomb	Raffi Ahmad & Nagita Slavina	Minuman Mangga	Agu-17
31	Redbox Inc	Agnes Monica	Makanan Khas Nusantara (Manado)	Agu-17
32	Bakmi Wong	Baim Wong	Bakmie	Agu-17
33	Warung Cak lontong	Lies Hartono	Makanan Tradisional Lontong	Agu-17
34	Sissy Rice	Ratna Galih & Natasha Rizky	Nasi Kepal	Sep-17
35	Ayam Jerit	Titi Kamal	Olahan Ayam Pedas	Okt-17
36	I Say Moo	Shandy Aulia	Susu	Okt-17
37	Ok-Cis	Oki Setiana Dewi & Ria Ricis	Olahan Ayam Pedas	Nov-17
38	BanaGirl	Gempita Nora Marten	Pisang Nugget	Des-17

39	Nona Judes	Prilly Latuconsina	Olahan Ayam Pedas	Jan-18
40	Ini Keripik	Andre Taulany	Keripik	Mar-18

Sumber : Data diolah peneliti (2018)

Munculnya berbagai usaha makanan dan minuman atau usaha kuliner tidak serta merta hanya meramaikan pasar kuliner saja, tetapi juga menjadikan persaingan bisnis semakin ketat pada bidang industri tersebut, bahkan ada yang tidak mampu bersaing dan akhirnya berhenti beroperasi atau gulung tikar (tempo.co, 2019). Banyaknya pilihan kuliner menuntut konsumen untuk semakin selektif dan pintar dalam proses pengambilan keputusan pembelian suatu makanan atau minuman. Oleh karena itu, para artis yang memiliki atau mengelola usaha kuliner tidak hanya menjadi pemilik atau pengelola usaha kulinernya saja, tetapi juga bertindak sebagai *brand ambassador* untuk usaha kulinernya tersebut. *Brand ambassador* sangatlah penting dalam membantu usaha kuliner bersaing dengan usaha kuliner lainnya, karena *brand ambassador* dapat menentukan citra produk serta memberikan dampak pada keputusan pembelian konsumen. Hal tersebut tentu juga dengan tidak menyampingkan kualitas produk dari usaha kuliner yang dijalani.

Keputusan pembelian menentukan apakah produk dari suatu usaha atau perusahaan akan dipilih oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan atau keinginannya. Penjelasan tentang keputusan pembelian menurut Mothersbaugh dan Hawkins (2016) di antaranya ialah “*the term consumer decision produces an image of an individual carefully evaluating the attributes of a set of products, brands, or services and rationally selecting the one that solves a clearly recognized need for the least cost*” (h. 498). Dapat diartikan keputusan pembelian ialah proses evaluasi yang dilakukan oleh konsumen baik dari sisi produk, merek, serta layanan dari

beberapa alternatif yang ada sehingga terpilihlah satu dari di antaranya, dimana harga beserta risiko yang ada turut berpengaruh dalam hal tersebut.

Lea-Greenwood dalam Mohammad dan Hendrati (2017) mengatakan *brand ambassador* akan membantu membuat hubungan emosional yang lebih kuat antara sebuah merek/perusahaan dengan konsumen sehingga secara tidak langsung akan membangun citra produk berdampak terhadap keputusan pembelian maupun pemakaian produk. Hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *brand ambassador* terhadap *brand image*.

Menurut Kotler dan Armstrong (2014), "*product quality is the characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer needs*" (h. 229). Dapat diartikan kualitas produk ialah karakteristik dari suatu produk atau jasa yang menanggung pada kemampuannya untuk memenuhi/memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat. Hasil dari penelitian yang dilakukan Rizky (2016), menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara *brand ambassador* dan kualitas produk terhadap *brand image* serta berdampak positif terhadap keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Keller dalam Vanessa dan Zainul (2017) citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang dicerminkan asosiasi yang tertanam dalam ingatan pelanggan, yang selalu diingat pertama kali saat mendengar slogan dan tertanam di benak konsumennya. Hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara citra merek terhadap keputusan pembelian.

Salah satu produk kuliner yang dimiliki atau dikelola oleh artis di Indonesia adalah “Geprek Benu”. Nama Geprek Benu diambil dari singkatan nama pemilik dan pengelolanya yaitu “Ruben Onsu”. Usaha kuliner ini mulai dibuka gerainya pada tanggal 17 Maret 2017 di daerah Pademangan Jakarta Utara. Geprek Benu ialah usaha kuliner yang menyediakan menu makanan berupa olahan ayam yang bercita rasa pedas (cermati.com, 2018).

Geprek Benu tergolong sukses bersaing dengan usaha-usaha kuliner sejenisnya, hal tersebut dapat dilihat dari jumlah gerainya yang terus bertambah dari waktu ke waktu. Saat ini Geprek Benu telah memiliki lebih dari 100 gerai yang telah tersebar di berbagai daerah di Indonesia, salah satunya terdapat di daerah Bintaro Sektor 2 jalan Kesehatan Raya No.30A. Tercatat pada 27 Januari 2019 gerai Geprek Benu berjumlah 104 gerai, dan pada 6 bulan berikutnya yaitu 26 Mei gerai Geprek Benu telah meningkat jumlahnya menjadi 118 gerai. Pada bulan Mei 2019 terdapat penambahan 5 gerai baru yang tersebar di berbagai daerah di Indonesia yaitu Citra Garden Jakarta Barat, Madiun Jawa Timur, Diponegoro Lampung, Pamulang Tangerang Selatan, dan Gadengan Sidoarjo (instagram.com, 2019).

Pada saat ini gerai Geprek Benu sudah tersebar di berbagai area di Indonesia di antaranya Jakarta, Tangerang, Bekasi, Lombok, Depok, Bogor, Yogyakarta, Cirebon, Bandung, Malang, Tasikmalaya, Purwakarta, Jombang, Pekalongan, Bali, Surabaya, Lamongan, Garut, Solo, Sumatera, Kalimantan, Batam, Sulawesi, Karawang, Semarang, Kupang, Bojonegoro, Mojokerto, Kediri, Banyuwangi, Cianjur, Purwokerto, Gresik, Sukabumi, Kudus, Jember, Magelang,

Indramayu, Madiun, dan terdapat 1 gerai yang berada di luar Indonesia yaitu di Hongkong. Agar mampu bersaing dengan usaha kuliner sejenis, Geprek Benu terus berinovasi dan mempertahankan kualitas produknya, terlihat saat ini Geprek Benu telah memiliki menu utama dan pelengkap yang beragam (instagram.com, 2019).

**Gambar I.1**  
**Daftar Menu & Harga Geprek Benu**

**MENU PAKET**

Paket Geprek Benu	15rb
Paket Geprek Benu Keju	20rb
Paket Geprek Benu Leleh	25rb
Paket Geprek Benu Telur Asin	20rb
Paket Geprek Benu Matah	15rb
Paket Geprek Benu Sambal Embe	17rb
Paket Geprek Benu Sambal Kecambah	20rb
Paket Geprek Benu Nasi Daun Jeruk	20rb
Paket Geprek Benu Nasi Domba Rendang	20rb
Paket Pok-Pok Benu Telur Asin (Dine In Only)	20rb

**Menu Paket Mie**

Paket Mie Geprek Benu	17rb
Paket Mie Geprek Benu Keju	22rb
Paket Mie Geprek Benu Leleh	27rb
Paket Mie Geprek Benu Telur Asin	22rb
Paket Mie Geprek Benu Sambal Embe	19rb
Paket Mie Geprek Benu Matah	17rb

**GARPUS (Paket Serba 5 Ribu)**

Terong Geprek	4rb
Jamur Geprek	4rb
Tahu Geprek	4rb
Tempe Geprek	4rb
Ati Ampela Geprek	4rb
Bakso Geprek	4rb
Kol Crispy Geprek	4rb
Telur Geprek	4rb

**MINUMAN**

Benu Drink Mangga	4rb
Benu Drink Leci	4rb
Benu Drink Jambu	4rb
Benu Drink Apel	4rb
Es / Teh Manis	3rb
Es / Teh Tawar	3rb
Tehbotol Gosro 250ml	5rb
Tehbotol Gosro 350ml	7.5rb
Fruit Tea 350ml	7.5rb
Prima 600ml	5rb

\*harga belum termasuk PPn 10%

Instagram: @geprekbenu | Twitter: @RealGeprekBenu | Facebook: facebook.com/geprekbenuofficial

Sumber : Instagram.com (2019)

Melihat berbagai uraian di atas yang menunjukkan kesuksesan Geprek Benu mampu bertahan, bersaing, bahkan dapat terus mengembangkan sebaran operasinya, serta pada saat ini peneliti masih belum menemukan penelitian mengenai Geprek Benu dengan variabel *brand ambassador*, kualitas produk, *brand image*, yang berdampak pada keputusan pembelian, hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh *Brand Ambassador* dan Kualitas Produk terhadap *Brand Image* serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian Geprek Benu (Studi pada Konsumen Geprek Benu di Jakarta)**”.

#### **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *brand ambassador* berpengaruh positif terhadap *brand image* Geprek Benu?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap *brand image* Geprek Benu?
3. Apakah *brand image* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Geprek Benu?
4. Apakah *brand ambassador* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Geprek Benu?
5. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Geprek Benu?

6. Apakah *brand ambassador* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian melalui *brand image* Geprek Bensu?
7. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian melalui *brand image* Geprek Bensu?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini ialah:

1. Untuk mengetahui pengaruh positif *brand ambassador* terhadap *brand image* Geprek Bensu.
2. Untuk mengetahui pengaruh positif kualitas produk terhadap *brand image* Geprek Bensu.
3. Untuk mengetahui pengaruh positif *brand image* terhadap keputusan pembelian Geprek Bensu.
4. Untuk mengetahui pengaruh positif *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian Geprek Bensu.
5. Untuk mengetahui pengaruh positif kualitas produk terhadap keputusan pembelian Geprek Bensu.
6. Untuk mengetahui pengaruh positif *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian melalui *brand image* Geprek Bensu.
7. Untuk mengetahui pengaruh positif kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui *brand image* Geprek Bensu.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

##### 1. Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan *brand ambassador*, kualitas produk, *brand image*, dan keputusan pembelian dalam industri kuliner.

##### 2. Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi pengusaha atau perusahaan terutama dalam bidang kuliner, dalam mengembangkan strategi untuk menggapai keputusan pembelian pelanggan dalam upaya untuk pengembangan dan keberlangsungan usaha.

