

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Seiring berjalannya era modernisasi saat ini, terjadi adanya perkembangan dan perubahan di berbagai bidang terutama dunia bisnis. Perkembangan dalam dunia bisnis yang semakin meningkat menimbulkan persaingan yang ketat. Perdagangan bebas membawa dampak bagi para pelaku bisnis untuk terus berinovasi agar kegiatan bisnisnya tetap berkembang dan banyak diminati konsumen. Hal tersebut menjadi ancaman dan tantangan bagi para pelaku bisnis agar dapat memenangkan persaingan dan mempertahankan *market share*nya. Selain melakukan inovasi terhadap produk ataupun jasa, pelaku bisnis juga harus memiliki strategi pemasaran yang tepat untuk produk yang dihasilkan. Pemasaran adalah suatu kegiatan manusia yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen melalui proses pertukaran yang dilakukan oleh pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan (Sunyoto, 2019).

Sebagai alat pemuas dan pemenuhan kebutuhan utama manusia, makanan dan minuman dapat menjadi potensi bisnis dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi. Pertumbuhan tersebut muncul dari inovasi-inovasi para pelaku bisnis yang berlomba-lomba untuk mempertahankan eksistensinya dalam menghadapi perubahan selera dan gaya hidup. Terlebih saat ini mobilitas masyarakat yang semakin tinggi dan aktifitas yang padat membuat mereka selalu ingin mencari sesuatu yang bersifat praktis dan instan

untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Secara tidak langsung hal tersebut membawa pengaruh pada kebiasaan hidup masyarakat atau yang disebut dengan gaya hidup terdiri dari pola istirahat dan pola konsumsi. Saat ini pola konsumsi yang dilakukan masyarakat selalu berubah dari masa ke masa. Salah satu bisnis yang terpengaruh oleh gaya hidup serba praktis dan instan di era modernisasi adalah bisnis makanan cepat saji atau *fast food*.

Produk *fast food* yang menjadi menu favorit di Indonesia yaitu *fried chicken* ala *kentucky* atau ayam yang digoreng dengan tepung. Penggemar produk tersebut sangat beragam mulai dari anak-anak, remaja hingga orang tua. Sudah banyak restoran cepat saji yang menawarkan menu *fried chicken* dengan merek internasional, mulai dari KFC, Mc Donald, A&W, CFC dan lain sebagainya. Tidak mau tertinggal saat ini juga banyak pengusaha domestik yang menggeluti bisnis kuliner dengan trend *fast food* seperti Quick Chicken, King Fried Chicken, Sonic Chicken dan Rocket Chicken.

Rocket Chicken adalah salah satu perusahaan waralaba atau *franchise* yang bergerak dalam bidang makanan cepat saji, dengan produk unggulan *fried chicken*, *steak* dan *burger* dengan mengedepankan konsep menyajikan makanan yang sehat, berkualitas, halal dengan citra rasa khas serta harga terjangkau bagi semua kalangan masyarakat yang diolah dengan bumbu pilihan. Rocket Chicken didirikan oleh Nurul Atik sejak pada tanggal 21 Februari 2010 dengan dibukanya gerai pertama di Kota Semarang. Gerai Rocket Chicken saat ini sudah tersebar ke berbagai kota di Indonesia. Selain itu, Rocket Chicken memiliki keunggulan yaitu membidik pangsa pasar yang

luas serta mampu membuka cabang hingga ke kota-kota kecil dengan didukung sistem manajemen yang baik dan berkualitas. Pada tahun 2022, terdapat 1.030 cabang gerai Rocket Chicken di seluruh Indonesia. Sedangkan di Kabupaten Kebumen terdapat 18 cabang yang tersebar di berbagai di kecamatan Kebumen. Sumber: (<https://www.solopos.com/film-atik-kisah-perjuangan-pemilik-rocket-chicken-dengan-1-030-gerai-1260486>)

Semakin banyak *outlet* Rocket Chicken di Kabupaten Kebumen diharapkan membuat perusahaan ini dapat menjangkau konsumen lebih banyak karena *outletnya* hingga ke pelosok desa. Rocket Chicken merupakan *brand* lokal yang memiliki *outlet* paling banyak dibandingkan restoran sejenis lainnya di lingkup yang sama. Meskipun demikian, ternyata hal tersebut tidak membuat Rocket Chicken selalu mengalami peningkatan penjualan. Akan tetapi penjualan *outlet* Rocket Chicken cabang Pejagoan justru menurun pada bulan Juni – September 2022. Data penjualan disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel I-1**  
**Data Penjualan Rocket Chicken Cabang Pejagoan**

<b>Bulan</b>	<b>Penjualan</b>
Juni	Rp94.950.528,00
Juli	Rp92.413.368,00
Agustus	Rp85.501.224,00
September	Rp76.351.320,00

*Sumber: Wawancara di outlet Rocket Chicken, 2022*

Berdasarkan Tabel I-1, diketahui bahwa data penjualan pada sebuah *outlet* Rocket Chicken selama empat bulan mengalami penurunan berturut-turut. Penjualan bulan Juni berjumlah Rp.94.950.528,00 akan tetapi pada bulan juli mengalami penurunan penjualan sebesar 2,67%. Tertera pada bulan

Juli-Agustus dan Agustus-September masing-masing terjadi penurunan penjualan sebanyak 7,47% dan 10,70%. Penurunan tersebut terjadi karena berkurangnya keputusan pembelian pada sebuah *outlet* Rocket Chicken cabang Pejagoan. Hal tersebut disebabkan oleh banyaknya pilihan tempat makan dengan penawaran suasana, keragaman produk serta pelayanan yang menarik.

Pada saat konsumen menentukan pembelian suatu produk semestinya mereka memiliki pertimbangan khusus untuk memilih produk yang menurutnya cocok dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Sebagai contoh, kualitas produk dan pelayanan yang tersedia menjamin sehingga konsumen merasa puas. Ada juga konsumen yang membeli produk secara spontanitas tanpa ada rencana atau pertimbangan khusus ketika memutuskan pembelian.

Keputusan pembelian menjadi faktor penting untuk diperhatikan karena keputusan pembelian merupakan hal yang sangat menentukan kelangsungan hidup perusahaan karena mempengaruhi keuntungan maupun kerugian sebuah perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan yang ingin bertahan berlomba-lomba menyusun dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar penjualan selalu naik. Menurut (Kotler dan Armstrong 2017:180) keputusan pembelian merupakan keputusan pembeli tentang merek mana yang dibeli. Merek merupakan sebuah identitas suatu barang atau jasa sebagai bentuk lambang untuk menunjukkan hal yang berbeda dari produk atau jasa lainnya. Apabila konsumen tidak memiliki pengalaman terhadap suatu produk, maka mereka cenderung menggunakan merek yang sudah terkenal.

Menurut Agusta (2020:12) dalam Kumbara (2021) proses pengambilan keputusan merupakan tahapan konsumen dalam memutuskan suatu produk tertentu yang menurutnya sudah paling baik dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Para pelaku bisnis harus bisa menciptakan sesuatu hal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dengan cara selalu memperhatikan apa yang dibutuhkan dan diharapkan konsumen dalam bertransaksi seperti halnya menjaga kualitas dengan sungguh-sungguh agar terjadi keputusan pembelian. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Dana Bela (2021) yang menyatakan bahwa *brand image* dan gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rocket Chicken Cokroaminoto Kota Probolinggo. Selain itu, sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Syamsulrizal dan Sri Ernawati (2020) yang menyatakan bahwa *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh James Prabowo Soetanto (2020) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian produk amondu. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Dinda Pertiwi (2020), yang menyatakan bahwa *store atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rocket Chicken di Jalan Garu II A No. 68 Medan.

Berdasarkan hasil-hasil tersebut maka peneliti melakukan mini riset secara tertutup terhadap konsumen yang melakukan pembelian pada Rocket Chicken cabang Pejagoan untuk mengetahui apa saja yang mempengaruhi

keputusan pembelian. Berikut tabel hasil mini riset keputusan pembelian pada Rocket Chicken Cabang Pejagoan:

**Tabel I-2**  
**Hasil Mini Riset Keputusan Pembelian Pada Rocket Chicken Cabang Pejagoan**

No	Variabel	Jumlah Responden	Presentase
1.	<i>Brand Image</i>	9	30%
2.	Keragaman produk	6	20%
3.	<i>Store Atmosphere</i>	5	16.7%
4.	Kualitas Pelayanan	8	26.7%
5.	<i>Word of mouth</i>	1	3.3%
6.	Harga	1	3.3%
Jumlah		30	100%

*Sumber : Hasil Kuisisioner, 2022*

Berdasarkan Tabel I-2 tentang hasil mini riset terkait faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di Rocket Chicken cabang Pejagoan yang dilakukan pada 13 Oktober tahun 2022 terhadap 30 responden yang menjadi subjek penelitian. Data tersebut menunjukkan bahwa terdapat 9 konsumen yang memutuskan membeli produk Rocket Chicken karena *brand image*, selanjutnya ada 6 konsumen memutuskan membeli produk Rocket Chicken karena keragaman produk, terdapat 5 konsumen yang memutuskan membeli produk Rocket Chicken karena *store atmosphere* dan 8 konsumen memutuskan membeli produk Rocket Chicken karena kualitas pelayanannya serta pada masing-masing variabel *word of mouth* dan harga hanya terdapat 1 konsumen saja. Hasil mini riset tersebut membuktikan bahwa mayoritas konsumen melakukan pembelian produk Rocket Chicken cabang Pejagoan disebabkan oleh *brand image*, keragaman produk, *store atmosphere* dan

kualitas pelayanan yang diberikan oleh pegawai Rocket Chicken cabang Pejagoan.

Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan *brand image* sebagai suatu nama atau simbol yang mempresentasikan atas apa yang dilakukan para pelaku usaha untuk menyampaikan jenis usahanya kepada konsumen. Rocket Chicken cabang Pejagoan selalu berupaya memperkuat citra mereknya agar dapat meraih posisi tertinggi di benak konsumen. Alasan yang mendorong perusahaan memperkuat posisi mereknya yaitu agar tercipta *brand image* yang positif dan tertanam kuat di hati konsumen karena melalui *brand image*, konsumen dapat mengenali sebuah produk, mengevaluasi kualitas dan mengurangi resiko pembelian. Selain itu, Rocket Chicken cabang Pejagoan juga selalu menjaga kualitas dan kelezatan produk dengan membuat produk-produk baru dan *fresh* pada saat disajikan supaya menarik konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian.

Selain *brand image*, hal lain yang diduga mempengaruhi keputusan pembelian adalah keragaman produk. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian James Prabowo Soetanto (2020) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian produk amondu. Produk merupakan barang yang ditawarkan oleh penjual kepada konsumen untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya. Produk menjadi dasar penentu dalam strategi pemasaran, jenis produk yang disajikan secara beragam akan mempengaruhi keputusan pembelian. Rocket Chicken menyajikan makanan organik, berkualitas tinggi, halal serta menggunakan bumbu khas yang

terjamin aman bagi kesehatan sehingga memberikan cita rasa yang berbeda dengan restoran sejenisnya. Rocket Chicken menyediakan berbagai ragam produk menggunakan bahan baku ayam yang diolah menjadi beberapa varian makanan seperti steak, chicken strip, perkedel dan terdapat varian produk lain seperti nasi goreng, ayam geprek, chicken cheesy level dan lain sebagainya. Keragaman produk yang ada di sebuah rumah makan dapat menjadi pilihan alternatif produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Sebuah bisnis kuliner tidak dapat mengandalkan keputusan pembelian hanya dengan menawarkan produk yang beragam. Para pelaku bisnis harus memikirkan sesuatu yang berbeda dan menarik perhatian konsumen. Salah satunya yaitu dengan suasana toko atau *store atmosphere* yang nyaman.

Setiap konsumen pasti memiliki ekspektasi yang berbeda-beda tentang harapan yang dimilikinya melalui *store atmosphere*. Harapan tersebut harus didorong karena adanya keinginan untuk melakukan pembelian. Terdapat faktor pendorong yaitu suasana toko atau *store atmosphere*. Menurut Utami (2017:322) suasana toko atau *store atmosphere* adalah karakteristik fisik toko seperti pencahayaan, warna, temperatur, musik dan aroma sehingga menciptakan kenyamanan pada konsumen. Hal itu diharapkan dapat membuat konsumen tertarik yang akhirnya mendorong hasrat konsumen untuk membeli suatu produk. *Store atmosphere* dianggap mampu menarik perhatian konsumen karena dapat menjadi bahan pertimbangan tersendiri bagi konsumen untuk mengunjungi restoran cepat saji tertentu. Salah satunya yaitu Rocket Chicken yang menerapkan desain interior unik seperti menyediakan



ilustrasi gambar produk makanan serta memberikan fasilitas tambahan musik dan wifi. Hal tersebut menimbulkan rasa nyaman bagi *customer* yang berpengaruh pada keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil mini riset yang dituangkan dalam Tabel I-2, faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kualitas pelayanan. Menurut Aria dan Atik (2018:16) kualitas pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan pelayanan yang prima. Pelayanan yang berkualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin hubungan ikatan yang kuat dengan perusahaan. Kualitas pelayanan secara langsung memberikan kepuasan terhadap konsumen dengan membangun rasa antusias menjadi sesuatu yang menyenangkan hati atau *experience* ketika mengonsumsi produk yang ditawarkan sehingga membuat mereka terkesan. Pengukuran kualitas pelayanan yang baik dapat dilihat dari suatu pelayanan yang diberikan pada saat konsumen datang sampai pulang dengan harapan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya sehingga tercapai kepuasan pelanggan. Dalam pemberian pelayanan terhadap konsumen, Rocket Chicken selalu berpedoman pada standar operasional prosedur. Dengan begitu, setiap *outlet* Rocket Chicken harus menerapkan kualitas pelayanan yang baik, cepat dan rapih.

Berdasarkan observasi yang dilakukan, terdapat hal yang dinilai kurang optimal pada keragaman produk di *outlet* Rocket Chicken cabang Pejagoan yaitu adanya fenomena terhadap keragaman produk yang tersedia. Fenomena tersebut terjadi karena ketersediaan produk yang di *display*

terbatas, padahal sudah jelas bahwa Rocket Chicken memiliki keragaman produk yang dapat berfungsi sebagai pilihan atau alternatif konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Selain itu, jika dilihat dari faktor pelayanan kasir, mereka jarang menawarkan atau *suggest* produk tambahan seperti kentang goreng, *ice cream milkshake* dan lain sebagainya. Dalam bisnis kuliner, ketersediaan keragaman produk merupakan salah satu bentuk strategi yang mampu menarik perhatian konsumen dengan disertai penawaran terhadap produk tambahan tentu saja hal itu akan tercipta keputusan pembelian. Selain itu, terdapat faktor lain yang membuat konsumen tertarik untuk memutuskan pembelian di Rocket Chicken cabang Pejagoan yaitu terdapat rasa senang, nyaman ketika berada dalam *outlet* yang dapat diilustrasikan melalui identitas toko.

Identitas toko menggambarkan adanya sesuatu hal yang dikomunikasikan kepada konsumen melalui dekorasi toko. Dekorasi toko yang tercipta di Rocket Chicken yaitu seperti adanya ilustrasi gambar menu produk masih relatif sedikit serta tidak tersedianya menu makanan yang disajikan secara langsung dengan jelas di meja pemesanan. Menu makanan hanya terdapat di area pemesanan yang dipajang sebagai daftar menu, sehingga apabila konsumen akan memilih menu makanan tambahan merasa bingung dan kurang jelas karena tulisannya kecil dan jaraknya terlalu jauh. Berdasarkan hal tersebut disimpulkan bahwa *store atmosphere* di Rocket Chicken cabang Pejagoan kurang baik.

Faktor lain yang diduga menjadi salah satu penyebab menurunnya penjualan *outlet* Rocket Chicken cabang Pejagoan yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang dimaksud pada penelitian ini adalah performa karyawan dalam menyajikan produk sesuai standar dan ukuran yang berlaku pada Rocket Chicken. Standar kualitas pelayanan yang terdapat pada Rocket Chicken yaitu melayani *customer* dengan cepat dan rapih. Pada saat sedang ramai terutama waktu makan siang, terdapat keluhan konsumen tentang pelayanan yang terlalu lama karena hanya terdapat satu karyawan yang melayani bagian pemesanan dan pembayaran. Jumlah karyawan yang terbatas membuat kurang optimalnya pelayanan pada Rocket Chicken cabang Pejagoan. Konsumen juga merasa bosan jika mengantri terlalu lama. Hal demikian yang dapat membuat kosumen memilih tempat makan lainnya dan berpengaruh terhadap penurunan penjualan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH *BRAND IMAGE*, *KERAGAMAN PRODUK*, *STORE ATMOSPHERE* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ROCKET CHICKEN CABANG PEJAGOAN”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Keputusan pembelian merupakan sebuah tindakan yang dilakukan konsumen untuk menetapkan pilihan terhadap dua atau lebih alternatif pilihan guna memenuhi kebutuhannya. Rocket Chicken memiliki banyak *outlet* yang tersebar di berbagai daerah, akan tetapi omzet penjualan yang diperoleh tidak

mencapai target dan mengalami penurunan selama empat bulan berturut-turut ini menandakan berkurangnya keputusan pembelian yang dilakukan oleh masyarakat. Terdapat berbagai strategi yang bisa digunakan untuk menarik konsumen agar melakukan keputusan pembelian pada suatu produk, seperti *brand image*, keragaman produk, *store atmosphere* dan kualitas pelayanan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dana Bela (2021) yang menyatakan bahwa *brand image*, gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rocket Chicken Cokroaminoto Kota Probolinggo. Penelitian yang dilakukan oleh Syamsulrizal dan Sri Ernawati (2020), yang menyatakan bahwa *brand image* berpengaruh pada keputusan pembelian pada Rocket Chicken Kota Bima. Penelitian yang dilakukan oleh James Prabowo Soetanto (2020) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian produk amondeu. Penelitian yang dilakukan oleh Dinda Pertiwi (2020), yang menyatakan bahwa *store atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rocket Chicken di Jalan Garu II A No. 68 Medan.

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat diambil rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *Brand Image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rocket Chicken?
2. Apakah Keragaman Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rocket Chicken?

3. Apakah *Store Atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rocket Chicken?
4. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rocket Chicken?
5. Apakah *Brand Image*, Keragaman Produk, *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rocket Chicken?

### 1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan paparan identifikasi masalah yang ada, penulis perlu membatasi masalah agar yang akan dibahas lebih berfokus pada permasalahan tersebut :

1. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen Rocket Chicken cabang Pejagoan, yang berusia diatas 17 tahun.
2. Objek penelitian ini membahas tentang pengaruh *brand image*, keragaman produk, *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Rocket Chicken cabang Pejagoan. Variabel penelitian ini dibatasi pada :

- a. Keputusan Pembelian

Kotler dan Amstrong (2015) keputusan pembelian adalah membeli merek yang paling disukai, terdapat dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Keputusan pembelian dalam penelitian dibatasi pada indikator menurut Kotler (2018:70) sebagai berikut :

- 1) Kemantapan pada sebuah produk

- 2) Kebiasaan dalam membeli produk
- 3) Memberikan rekomendasi kepada orang lain.

b. *Brand Image*

Kotler dan Keller (2016) *brand image* adalah suatu nama atau simbol yang mempresentasikan atas apa yang dilakukan perusahaan untuk menyampaikan jenis usahanya kepada konsumen. *Brand Image* dalam penelitian ini dibatasi pada indikator menurut Kotler dan Keller (2016:347) sebagai berikut :

- 1) Keunggulan asosiasi merek
- 2) Kekuatan asosisasi merek
- 3) Keunikan asosisasi merek

c. Keragaman Produk

Menurut Philip Kotler (2012:347) adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen. Keragaman produk dalam penelitian ini dibatasi pada indikator menurut Philip Kotler (2012:347) sebagai berikut :

- 1) Produk yang tersedia mempunyai berbagai varian
- 2) Terdapat menu yang beragam
- 3) Kualitas produk yang dijual memenuhi selera konsumen

d. *Store Atmosphere*

Menurut M.Ma'ruf Amin (2014:204) *store atmosphere* adalah suasana dalam toko yang menciptakan perasaan tertentu dalam diri pelanggan

yang ditimbulkan dari penggunaan unsur-unsur desain interior seperti pencahayaan, tata suara, sistem pengaturan udara dan pelayanan. *Store atmosphere* dalam penelitian ini dibatasi pada indikator menurut Berman dan Evan (2014:545) sebagai berikut :

- 1) *Store Exterior* (bagian depan toko)
- 2) *General Interior* (bagian dalam toko)
- 3) *Store layout* (tata letak)
- 4) *Interior display* (pajangan interior)

e. Kualitas Pelayanan

Fandy Tjiptono (2017:180) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan dalam penelitian ini dibatasi pada indikator menurut Kotler dalam Arni Purwani dan Rahma Wahdiniwaty (2017:65) sebagai berikut :

- 1) *Reliability* (kehandalan)
- 2) *Responsiveness* (daya tanggap)
- 3) *Assurances* (jaminan)
- 4) Empati
- 5) *Tangibles* (bukti fisik)

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh *Brand Image*, Keragaman Produk, *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Rocket Chicken cabang Pejagoan.
2. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian pada Rocket Chicken cabang Pejagoan.
3. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Rocket Chicken cabang Pejagoan.
4. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada Rocket Chicken cabang Pejagoan.
5. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Rocket Chicken cabang Pejagoan.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Penelitian yang penulis lakukan ini diharapkan memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis :

#### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan mampu menerapkan, menambah wawasan, pengetahuan dan pemahaman peneliti di bidang pemasaran khususnya mengenai *brand image*, keragaman produk, *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dalam suatu perusahaan atau bisnis sebagai bahan acuan bagi penelitian selanjutnya.

#### **1.5.2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk menjadi bahan masukan dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan keputusan



pembelian pada Rocket Chicken cabang Pejagoan dengan cara meningkatkan *brand image*, keragaman produk, *store atmosphere* dan kualitas pelayanan di Rocket Chicken cabang Pejagoan.