

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Mc Donald's

Mc Donald's adalah restoran makanan cepat saji yang terkenal dikenal di 119 negara di seluruh dunia. Mereka yang terbaik dikenal untuk hamburger dan merek yang kuat. Merek mereka yang paling dikenal adalah Golden Arches diikuti oleh karakter badut disebut Ronald Mc Donald's.

Dick dan Mac Mc Donald's adalah dua bersaudara yang memulai merek Mc Donald's di California setelah pindah hotdog mereka berdiri untuk San Bernadino dari Monrovia Airport. Setelah menyadari bahwa hamburger yang produk mereka yang paling populer, saudara-saudara diciptakan kembali restoran mereka menggunakan Speedee Layanan Sistem mereka pada tahun 1948. Ini adalah sebuah konsep yang menciptakan garis produksi hamburger yang dibuat sebelum memesan. Konsep ini merintis industri makanan cepat saji dan kontras dengan sebagian besar restoran yang hanya menyiapkan makanan setelah pelanggan telah menempatkan pesanan mereka.

Sejarah diciptakan oleh sistem Mc Donald's yang membantu mereka untuk melemahkan pesaing sebanyak 50%. Volume tumbuh membantu mereka untuk mengurangi biaya lebih dari skala ekonomi. Ini adalah keuntungan yang sukses untuk Mc Donald's sampai sekarang.

Masuknya Ray Kroc ke dalam bisnis adalah perkembangan yang signifikan dalam sejarah Mc Donald's. Dia membawa hak yang membantu Mc Donald's untuk memperluas konsep mereka di luar California dan Arizona.

Sebuah jaringan restoran cepat dibangun dan lebih dari 100 restoran yang beroperasi pada 1959.

Ray Kroc membeli Mc Donald's bersaudara pada tahun 1961. Namun negosiasi tidak berjalan dengan baik dan Mc Donald's bersaudara kehilangan semua royalti dan hak merek mereka mulai. Cara pemisahan antara Kroc dan Mc Donald's bersaudara tidak sangat menyenangkan. Hal ini mengakibatkan bangunan Kroc dan kemudian mengelola pembukaan outlet baru Mc Donald's dekat toko yang tersisa dari saudara Mc Donald's.

Sejarawan dan penulis biografi telah dirasakan langkah ini sebagai sangat signifikan. Mereka membandingkannya dengan menendang seorang pria ketika dia sudah turun. Setiap perilaku berbahaya pada bagian Kroc ditolak oleh Corporation Mc Donald's. Mereka lebih suka menyerang Mc Donald's bersaudara dari sejarah perusahaan. anggota keluarga Mc Donald's telah menulis tentang kesepakatan antara saudara dan Kroc. Mereka muncul di talk show untuk mempromosikan sisi mereka cerita.

Mc Donald's Perusahaan pelopor pelatihan pemilik waralaba pada tahun 1961 dengan pembukaan Hamburger University. Langkah ini bertujuan untuk mempertahankan manajer dan loyalitas franchisee terlepas dari pasar yang sangat kompetitif.

Pengenalan Ronald Mc Donald's sebagai wajah brand dan rilis dari Big Mac burger terlihat pada tahun 1960. Peluncuran Big Mac burger telah tumbuh mematenkan untuk menjadi burger paling populer dari Mc Donald's

Restoran Mc Donald's hadir di Indonesia pada tahun 1991 dan merupakan negara ke 70 dari Mc Donald's seluruh dunia. H. Bambang N. Rahcmadi Msc MBA adalah warga negara Indonesia pertama yang berhasil mendapatkan hak master franchise dari Mc Donald's Corporation dengan mengalahkan 13.000 pesaing. Sebelum membuka restorannya yang pertama di Sarinah-Jakarta, H. Bambang Rahcmadi Msc MBA diwajibkan mengikuti training selama 1 tahun di Australia, Amerika Serikat, Malaysia dan Singapura.

Dalam masa training tersebut beliau melakukan semua pekerjaan di restoran Mc Donald's dari yang paling sederhana termasuk membersihkan toilet sampai ke tingkat manajerial, kemudian menerapkan semuanya di Indonesia. Tepat pada 22 Februari 1991, restoran Mc Donald's di Sarinah Thamrin Jakarta beroperasi dengan mempekerjakan 460 crew dan 26 manajer. Perkembangan Mc Donald's Indonesia dalam 10 tahun ini dinilai sangat cepat. Sampai saat ini restoran Mc Donald's Indonesia telah berjumlah 109 restoran dengan jumlah karyawan seluruhnya mencapai sekitar 8000 orang yang sebagian besar lulusan SLTA.

Mc Donald's Indonesia Menjadi Saudara Teh Botol Sosro, PT Rekso Nasional Food, produsen minuman merek Sosro, resmi memiliki 97 gerai Mc Donald's yang semula dimiliki PT Bina Nusa Rama, perusahaan patungan milik Bambang Rachmadi dan Mc Donald's Amerika Serikat. Proses penjualan asset restoran dirampungkan Rabu 3 Juni 2009.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

1. Karakteristik konsumen Mc Donald's Mulyosari Surabaya dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa konsumen yang membeli di Mc Donald's Mulyosari Surabaya sebagian besar berjenis perempuan yang rata – rata usia remaja dengan umur 21-25 tahun dengan status mahasiswa dan penghasilan Rp. 3.000.000 – Rp. 4.000.000 yang lebih suka membeli produk Mc Donald's.
2. Hasil analisis variabel ekuitas merek yang terdiri dari kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, loyalitas merek terhadap keputusan pembelian menunjukkan pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian kecuali kesadaran merek.
3. Variabel loyalitas merek memiliki pengaruh dominan dari variabel ekuitas merek lainnya yang terdiri dari kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas merek, dengan begitu Mc Donald's memiliki pelanggan setia terhadap produknya namun hal itu juga yang harus dipertahankan pihak Mc Donald's.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka diajukan beberapa saran:

1. Mc Donald's perlu meningkatkan kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas untuk meningkatkan fasilitas dan pelayanan yang ada, terutama fokus pada para konsumen agar konsumen merasakan kepuasan sehingga tercipta loyalitas terhadap Mc Donald's. sehingga konsumen menjadi

setia terhadap Mc Donald's hal tersebut sesuai dengan pendapat Rangkuti (2004) berpendapat bahwa loyalitas merek merupakan inti dari ekuitas merek.

2. Diharapkan penelitian yang akan datang, sampel yang digunakan lebih banyak dan menggunakan variabel lain sehingga hasil dari analisis dari penelitian yang didapatkan akan lebih akurat.
3. Mc Donald's sebagai perusahaan restoran cepat saji terkemuka harus memiliki image merek (brand image) yang baik pada produk makanannya. semakin baik ekuitas merek (brand equity) produk Mc Donald's maka akan semakin meningkatkan jumlah konsumen yang akan mengkonsumsi produk tersebut. Hal terpenting yang bisa dilakukan adalah dengan mengevaluasi permasalahan yang terjadi pada produk Mc Donald's baik pada pelayanan, gerai maupun informasi. (Aaker, DA.2008)
4. Kepercayaan konsumen pada merek Mc Donald's adalah hal terpenting dalam meningkatkan loyalitas merek konsumen karena dengan keputusan pembelian produk Mc Donald's, konsumen bisa merasakan makan cepat saji yang dikemas secara modern dari pembelian produk Mc Donald's dan menjadikan konsumen loyal terhadap produk Mc Donald's. Untuk itu Mc Donald's perlu meningkatkan kepercayaan konsumen yaitu dengan cara memperbaiki kualitas produk dan kesadaran merek produknya agar bisa dikenal oleh masyarakat. Kualitas produk dan kesadaran merek produk ternyata masih jauh dari harapan konsumen yang membuat pelanggan tidak melakukan pembelian terhadap produk Mc Donald's.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. A. 2006 *Strategic Market Management*. 7th ed. John Willey and Sons, Inc. New York
- Aaker, D. A. 2009. *Manajemen Ekuitas Merek*. Alih Bahasa oleh Aris Ananda. Spektrum. Jakarta.
- Aaker, DA.2008. *Manajemen Ekuitas Merek*. Alih Bahasa oleh Aris Ananda. Mitra Utama. Jakarta.
- Alamsyah, Heri. 2007. *Analisis Pengaruh Citra Perguruan Tinggi Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pendidikan (Studi Kasus pada Akademi Komunikasi Indonesia, Yogyakarta)*. Skripsi Universitas Diponegoro.
- Alfionita, CM. Suharyono. Yulianto, E. 2016. *Pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian (Survei pada pembeli oppo smartphone di counter handphone MATOS)*. Universitas Brawijaya Malang. Malang.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta.
- Astuti, Sri Wahjuni dan I Gede Cahyadi. 2007. *Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan Di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*. *Majalah Ekonomi*. Tahun XVII. No. 2. Agustus. Hal. 145 – 156. Universitas Airlangga. Surabaya
- Durianto, Darmadi Sugiarto dan Lie Joko Budiman. 2004. *Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam, 2005, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan program SPSS*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan A. 2009. *Marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Helga Drumond, 2003, *Metode Penelitian Bisnis, Jilid I*. Edisi kelima. Erlangga Jakarta
- Humdiana. 2005. *Strategi Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Mizan Pustaka.
- Kertajaya, H. 2011. *Marketing Mix Elemen Marketing*. Mizan Pustaka. Bandung

- Kholid A dan Nazarudin HA. 2013. Analisa pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pelanggan membeli kartu AS Telkomsel di Palembang. Universitas Sriwijaya. Palembang.
- Knapp, Duane E. 2001. *The Brand Mindset*. The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Kotler dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. PT. Indeks: Jakarta.
- Kotler P dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas, Jilid 2 Prenhallindo, Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi 3. Jakarta: Erlangga.
- Muhson, Ali. 2006. *Teknik Analisis Data Kuantitatif*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Nugroho J. 2003, *Perilaku Konsumen*. Kencana. Jakarta.
- Rangkuti F. 2004. *The Power of Brand*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Rangkuti, Freddy. 2002. *Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Analisis Kasus PLN-JP*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ratih CR. 2007. Pengaruh ekuitas merk terhadap keputusan pembelian air minum berkarbonasi merek fanta. Universitas Sebelas Maret. Rineka Cipta.
- Rony Wicaksono. 2013. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Kaleng (*Canned Fish*) Di Sidoarjo. Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
- Sadat, M. Andi. 2009. *Brand Belief : Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Soriton SP. Bode L. Dotulong LOH. 2014. Ekuitas merek dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada Kentucky Fried Chiken MTC Manado. Univesitas Sam Ratulangi Manado. Manado.

- Sugiyono, 2013, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 1997. Metode Penelitian Bisnis, Penerbit CV Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung Alfabeta.
- Supranto & Limakrisna. 2011. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran, Jakarta, Mitra Wacana Media.
- Suryoatmono, B. 2004. Statistika Non Parametrik dan Penerapannya dalam Penelitian Menejemen. Jakarta.
- Tjiptono, F. 2008. Manajemen Merek dan Strategi. Andi Offset. Yogyakarta
- Widiyanto, Ibnu, 2005, Metode Riset Bisnis, Jakarta : STIE IPWIJA
- Widjaja, A. 2007. Audit Manajemen. Jakarta: Rineka Cipta.
- Wirastomo WA. 2012. Analisis pengaruh ekuitas merek terhadap pembelian seeda motor. Semarang
- Zen, DKM. 2012. Analisis pengaruh esuitas merek terhadap keputusan pembelian konsumen minuman isotonic Pocari sweat. Universitas Dipenogoro Semarang.