

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Mengingat semakin tingginya aktivitas dan mobilitas orang yang menjadikan peluang besar untuk konsumen melakukan pembelian. Dimana dalam melakukan pembelian tentunya konsumen tidak langsung membeli, akan tetapi ada proses hingga mencapai sebuah keputusan untuk membeli. Keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk. Oleh karena itu, pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata. Setelah itu konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan dan kemudian dapat menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya (Swastha, Basu, & Handoko, 2011).

Industri kuliner di Indonesia merupakan sektor yang strategis bagi perkembangan ekonomi Indonesia. Kuliner bukan lagi produk konsumsi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dari masyarakat. Namun seiring dengan perkembangan zaman kuliner telah menjadi sebuah gaya hidup baru di kalangan masyarakat. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya bisnis kuliner saat ini yang berkembang dengan kreatifitas dan inovasi yang tinggi guna untuk memperoleh konsumen (Regitha, 2017). Data Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) menyatakan jumlah usaha kuliner di Indonesia pada tahun 2018

mencapai 5,55 juta unit atau 67,66% dari total 8,20 juta usaha ekonomi kreatif (Agmasari, 2018). Menurut Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia JawaTimur (Apkrindo Jatim) mencatatkan pertumbuhan sektor usaha kuliner di Jatim mengalami pertumbuhan hingga lebih dari 20 persen sepanjang tahun 2018 (Wijayanto, 2019). Kota Jombang merupakan salah satu Kabupaten yang ada di provinsi Jawa Timur juga mengalami peningkatan bisnis kuliner seperti warung, rumah makan, restoran dan café.

Salah satu produk kuliner yang banyak digemari para konsumen pada saat ini adalah ayam geprek. Ayam geprek menjadi makanan fenomenal sejak tahun lalu sampai sekarang. Antusias warganet terhadap ayam geprek terlihat jelas dalam jumlah pencarian kata kunci “Ayam Geprek” yang relative tinggi di *Google Trends*. Tingkat pencarian kata kunci “Ayam Geprek” di Indonesia paling tinggi berada di lima daerah yaitu Kalimantan Selatan, Jawa Timur, Jawa Barat, Banten dan Kalimantan Timur (Pradipta, 2019).

Ayam Geprek merupakan sebuah inovasi makanan yang berasal dari ayam goreng dilapisi dengan tepung yang dicampur dengan cabai dan rempah-rempah lainnya dengan cara digeprek. Asal mula ayam geprek bermula di Yogyakarta, hasil kreasi Ruminah atau dikenal sebagai Bu Rum berumur 56 tahun yang merupakan pendiri warung Ayam Geprek Bu Rum pertama tahun 2003 di Yogyakarta (Agmasari, 2018). Terdapat banyak warung serta restoran ayam geprek tersebar di berbagai daerah di Indonesia sehingga menjadi beragam kreasi ayam geprek mulai dari variasi sambal sampai diberi topping keju mozzarella. Hal-hal penting yang harus dilakukan para pengusaha adalah

mampu membaca peluang pasar serta perilaku konsumen agar apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan konsumen mampu dipenuhi oleh para pengusaha ayam geprek.

Dilihat dari berbagai rumah makan atau restoran yang berdiri untuk meraih pangsa pasar di Kota Jombang, banyak masyarakat yang tergolong dalam usia produktif yang menjadikan pangsa pasar bagi perusahaan. Rumah makan Ayam Geprek di Kota Jombang sudah dikategorikan sangat banyak dan mempunyai beragam tempat menarik dan memiliki ciri khas tersendiri. Dibawah ini ada beberapa daftar nama rumah makan Ayam Geprek di Kota Jombang yang memiliki penilaian rating tertinggi :

**Tabel 1.1 Data Rumah Makan Ayam Geprek Di Jombang**

No	Rumah Makan Ayam Geprek se Kab Jombang
1	Ayam Geprek Bangsus
2	Ayam Geprek Bensus Jombang
3	Ayam Geprek Sai Jombang
4	Ayam Geprek Bang Arif
5	Ayam Geprek Bang Jober
6	Ayam Geprek Spesial Sambel Korek Jombang
7	Ayam Geprek Najwa
8	Ayam Geprek Layla Jombang
9	Ayam Geprek Kriwul
10	Ayam Geprek Danish

Sumber : data diolah peneliti 2021

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa tingkat persaingan bisnis rumah makan Ayam Geprek di Kabupaten Jombang cukup tinggi. Salah satu usaha kuliner ayam geprek yang ada di Mojoagung adalah Ayam Geprek Bang Jober yang sudah berdiri selama 2 tahun. Ayam Geprek adalah ayam yang ditumbuk dengan ulekan (atau biasa disebut lempe) bersama dengan sambal yang sudah diulek sebelumnya, ayam tersebut ditumbuk hingga daging ayam tersebut hancur dan tercampur dengan sambal, makanan ini mirip dengan ayam penyet, yang membedakannya adalah ayam yang digunakan biasanya ayam goreng tepung dan ayam ini ditumbuk hingga hancur. Di warung Ayam Geprek Bang Jober, konsumen bisa merequest level pedas yang ia inginkan untuk tingkat kepedasannya. Dari awal usaha ini di buka mendapat sambutan positif dari masyarakat sehingga penjualan meningkat dari tahun ke tahun jumlah konsumen juga semakin banyak. Ayam Geprek Bang Jober ini terbilang baru dalam bisnis kuliner, namun meskipun tergolong baru Ayam Geprek Bang Jober mampu bersaing dengan pesaing ayam geprek lainnya. Ayam Geprek Bang Jober memiliki ciri khas rasa yang tidak di miliki pesaing dan memberikan harga yang sangat terjangkau. Memang belum terlalu terkenal seperti Ayam Geprek Benu, dan Ayam Geprek Bangsus tetapi sampai saat ini Ayam Geprek Bang Jober mampu bersaing di bisnis kuliner ayam geprek di kalangan konsumen penikmat kuliner pedas. Hal ini membuat peneliti terpacu untuk meneliti di salah satu kedai Ayam Geprek Bang Jober. Alasan peneliti memilih kedai tersebut karena merupakan salah satu tempat yang menjual ayam geprek dengan variasi sambal yang beragam dan memiliki

ciri khas yang beda dari ayam geprek lainnya. Berikut ini data penjualan Ayam Geprek Bang Jober tahun 2020 mulai dari bulan Januari sampai Desember :



Sumber : (Wanto, 2021)

**Gambar 1.1 Data Penjualan Ayam Geprek Bang Jober Tahun 2020**

Berdasarkan gambar 1.1 menunjukkan bahwa data penjualan Ayam Geprek Bang Jober mengalami peningkatan setiap bulannya. Dari bulan Januari sampai bulan Maret masih mengalami naik turun penjualan. Dibulan April sampai Mei terjadi penurunan penjualan dikarenakan memasuki wabah covid 19 dimana semua sektor ekonomi mengalami penurunan penjualan. Memasuki bulan Juni sampai Desember penjualan mulai mengalami peningkatan secara bertahap. Setiap hari bisa menjual 300 porsi sampai 500 porsi perhari.

Ayam Geprek Bang Jober merubah penampilan dengan berbagai inovasi produk sehingga bisa merubah persepsi konsumen yang awalnya biasa saja dengan produk Ayam Geprek Bang Jober ini menjadi terkesan dan ingin

mencobanya. Berikut ini beberapa menu yang ditawarkan Ayam Geprek Bang

Jober :



Sumber : (Wanto, 2021)

### **Gambar 1.2 Menu Ayam Geprek Bang Jober**

Terkait dengan pemaparan di atas, maka terdapat beberapa hal yang mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian sebuah produk, Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah kualitas makanan yang dapat memenuhi keinginan konsumen. Apabila produk yang ditawarkan tidak sesuai dengan spesifikasi maka produk akan ditolak, demikian juga konsumen dalam membeli suatu produk selalu berharap agar barang yang dibelinya dapat memuaskan segala keinginan dan kebutuhannya. Menurut (Knight & Kotschevar, 2000) kualitas makanan merupakan suatu tingkatan dalam konsistensi kualitas menu yang dicapai dengan penetapan suatu standart produk dan kemudian mengecek poin-poin yang harus dikontrol untuk melihat kualitas yang ingin dicapai. Beberapa penelitian terdahulu yang meneliti tentang Kualitas Produk Makanan dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian menunjukkan adanya perbedaan hasil penelitian.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan (Fatmaningrum, Susanto, & Fadhilah, 2020) menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Kemudian penelitian yang dilakukan (Firmansyah, 2019) menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan penelitian yang dilakukan oleh (Sunaryo & Indra W, 2019) menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hal lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah persepsi harga. Persepsi harga adalah salah satu faktor yang mempengaruhi penilaian

konsumen terhadap perusahaan mengenai harga yang diberikan. Persepsi harga menurut (Peter & Olson, 2014) adalah berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami oleh konsumen dan memberikan makna yang dalam bagi mereka. Beberapa penelitian sebelumnya yang menguji pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian. Penelitian sebelumnya yang dilakukan (Syamsidar & Soliha, 2019) menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Santika & Arini, 2020) menunjukkan bahwa Persepsi Harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dan penelitian yang dilakukan oleh (Anggraeni & Soliha, 2020) menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk makanan yang diberikan dan persepsi harga yang ditawarkan terhadap pengambilan keputusan pembelian di Ayam Geprek Bang Jober, sehingga penulis tertarik untuk mengambil penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Makanan dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Ayam Geprek Bang Jober).**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan di atas, maka masalah dapat di rumuskan sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Produk Makanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Ayam Geprek Bang Jober?

2. Apakah Persepsi Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Ayam Geprek Bang Jober?

### **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka penelitian ini dibatasi pada variabel keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh Kualitas Produk Makanan dan Persepsi Harga. Dimana penelitian ini dilakukan pada konsumen Ayam Geprek Bang Jober yang ada di Mojoagung.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk Makanan terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Bang Jober.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Bang Jober.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini berguna untuk memperluas pengetahuan kita tentang konsep Pengaruh Kualitas Produk Makanan dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.

#### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi bagi Ayam Geprek Bang Jober tentang variabel yang mempengaruhi

Keputusan Pembelian Konsumen, sehingga pihak Ayam Geprek Bang Jober bisa menerapkannya dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan. Untuk peneliti selanjutnya bisa melakukan penelitian di cabang Ayam Geprek Bang Jober yang lain untuk melengkapi penelitian yang dilaksanakan.

