

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini industri makanan di Indonesia sedang mengalami perkembangan yang sangat pesat. Kondisi pasar yang kompetitif dan dinamis mengakibatkan setiap perusahaan harus selalu mengamati persaingan dalam lingkungan bisnisnya. Dari berbagai industri termasuk industri makanan juga banyak sekali inovasi produk olahan makanan seperti halnya *Chicken Nugget*, dengan munculnya berbagai macam merek *Chicken Nugget* dengan kemasan lebih menarik, produk yang berkualitas, berbagai varian rasa yang lebih enak, bentuk yang beragam dan penawaran harga yang berbeda-beda mendorong terjadinya persaingan yang ketat pada produk *Chicken Nugget*. Oleh sebab itu, perusahaan atau pengusaha harus semakin cerdas, berusaha lebih keras serta lebih inovatif dan kreatif dalam menciptakan produk dan mengembangkan produk kemasan yang berbeda sesuai dengan selera konsumen agar produk Nugget disukai, dipercaya konsumen dan mampu bersaing dalam pasar baik dari kualitas maupun harganya (Hidayah, 2019).

. Keputusan pembelian sangatlah penting untuk perusahaan karena untuk menjaga omset perusahaan tetap wajar dan sekaligus berdampak langsung pada pertumbuhan perusahaan itu sendiri. Keputusan pembelian tidak hanya bersifat rasional, tetapi juga emosional. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk membangun hubungan emosional yang kuat melalui pelayanan yang personal, responsive dan menawarkan solusi yang benar-benar relevan dengan kebutuhan mereka serta menawarkan produk yang berkualitas. Dengan strategi yang tepat dan

berfokus pada kualitas serta pengalaman konsumen, perusahaan akan lebih mudah memenangkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Keputusan pembelian konsumen merupakan membeli merek yang paling disukai (Kotler & Armstrong, 2019).

Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas layanan. Kualitas layanan diartikan sebagai ukuran layanan yang diberikan oleh perusahaan mampu memenuhi atau bahkan melebihi harapan konsumen, yang mencakup berbagai aspek seperti kecepatan, ketepatan, keramahan, keandalan, serta kemampuan untuk memberikan solusi atas kebutuhan atau permasalahan konsumen secara efektif dan efisien. Dalam konteks bisnis, kualitas layanan menjadi salah satu elemen kunci dalam mendorong keputusan pembelian karena interaksi langsung antara perusahaan dan konsumen sangat memengaruhi persepsi konsumen terhadap nilai dari produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memastikan bahwa seluruh elemen dalam proses pelayanan mampu bekerja secara sinergis untuk memberikan pengalaman pelayanan yang positif. Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan dikendalikan untuk memenuhi keinginan pelanggan (Kotler & Armstrong, 2019). Adapun penelitian mengenai kualitas layanan yang dilakukan oleh (Sobari & Farhah, 2023), (Purnamasari et al., 2023) dan (Hernawanti & Noviyanti, 2025) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Kualitas produk diartikan sebagai proses dari suatu produk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, baik dari segi fungsi, daya tahan, keandalan,

maupun estetika, yang secara keseluruhan mencerminkan nilai dan manfaat dari produk tersebut. Kualitas produk tidak hanya berkaitan dengan karakteristik fisik seperti bahan, desain dan kegunaan, tetapi juga mencakup aspek non-fisik seperti kemudahan penggunaan, keamanan serta kesesuaian dengan ekspektasi konsumen. Produk yang berkualitas tinggi cenderung memberikan dorongan dalam keputusan pembelian karena konsumen merasa yakin dan percaya dengan produk yang memiliki kualitas tinggi. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus melakukan evaluasi dan pengendalian mutu secara berkelanjutan guna memastikan bahwa produk yang ditawarkan selalu berada pada standar kualitas yang optimal, sehingga mampu meningkatkan daya saing dan mendorong keputusan pembelian secara signifikan. Kualitas produk merupakan kemampuan, totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau tersirat oleh perusahaan (Harjadi & Arraniri, 2021). Adapun penelitian mengenai kualitas produk yang dilakukan oleh (Sirtis & Tuti, 2023), (Mukarom et al., 2024) dan (Rahayu & Tajuddien, 2024) yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Aktivitas bisnis yang berjalan juga harus mempertimbangkan sudut pandang agama sehingga terhindar dari dosa atau keburukan yang lainnya. Islam telah menganjurkan kepada umat muslim untuk menjalankan sistem ekonomi sesuai dengan aturannya, dimana ekonomi Islam dalam versi undang-undang No. 3 Tahun 2006 tentang perubahan atas undang-undang No. 7 Tahun 1989 Tentang Peradilan Agama, maka ekonomi syariah berarti perubahan atau kegiatan usaha yang dilaksanakan menurut prinsip syariah. Sistem ekonomi syariah merupakan salah

satu cara untuk mengaplikasikan aktivitas usaha yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah, dimana perkembangan ekonomi syariah yang bertambah marak ini merupakan gambaran kerinduan umat Islam ketika menjalankan bisnis secara Islami. Beratnya persaingan antara pebisnis mengakibatkan adanya persaingan yang tidak sehat demi memperoleh keuntungan yang besar ataupun banyak dalam kegiatan peningkatan usahanya. Maka dari itu, aktivitas bisnis harus berpedoman pada pandangan syariah agar kegiatan usaha yang dijalankan tidak hanya berorientasi pada profit semata, tetapi juga memperhatikan dampak terhadap konsumen, masyarakat, dan lingkungan sekitar. Dengan menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran, keadilan, transparansi, serta kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku, perusahaan dapat membangun kepercayaan jangka panjang dan menciptakan iklim persaingan yang sehat serta berkelanjutan. Ekonomi syariah dapat diartikan sebagai kegiatan atau perilaku yang bersifat ekonomi dimana dilakukan berdasarkan pada kaidah-kaidah Islam dengan tujuan mendapatkan ridha dari Allah SWT (Anshori, 2018).

Pandangan agama memang memberikan petunjuk untuk menjalankan bisnis dengan baik dan memiliki kebermanfaatan yang luas, apapun dan di manapun aktivitas bisnis itu berjalan, termasuk juga usaha *frozen food* yang ada di Kabupaten Jember. Kabupaten Jember merupakan salah satu kota di Jawa Timur dengan populasi penduduk sebanyak 2.605.922 jiwa (BPS) dan tingkat kesibukan yang tinggi sehingga menuntut segala sesuatunya serba cepat, tidak terkecuali dengan makanan. Pergeseran makanan dari *real food* menjadi *frozen food* tentu bukan tanpa alasan. Kurangnya waktu luang setiap orang menjadi peluang bagi

makanan *frozen food* untuk menjadi pilihan yang paling ideal dengan berbagai varian rasa, cara memasak dan waktu memasak yang cukup singkat.

Ada berbagai varian *frozen food* yang menjadi pilihan salah satunya seperti produk *chicken nugget* dari So Eco, Salam, Fiesta, Kanzler, Akumo, Okey, Champ, dan Zaitun. Namun, ada merek yang menjadi perhatian adalah *chicken nugget* So Eco karena harga yang terjangkau, kualitas produk yang baik dan rasa yang enak. Nugget So Eco memberikan *value* yang lebih menarik dengan harga yang terjangkau sehingga menjadi referensi paling populer untuk olahan *frozen food*. Nugget So Eco bisa dibeli di Aijaz Frozen Food Jember yang juga menyediakan berbagai makanan *frozen food* seperti nugget, sosis, kentang goreng, bakso, adonan bakso, kulit lumpia dan kulit pangsit. Aijaz Frozen Food Jember merupakan salah satu toko *frozen food* yang mulai berdiri dari tahun 2022 hingga sekarang. Dengan menyediakan beragam produk *frozen food* yang praktis dan berkualitas, Aijaz Frozen Food Jember menjadi salah satu pilihan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan bahan *frozen food* sehari-hari. Berikut ini data penjualan nugget So Eco dan merek nugget lainnya di berbagai toko termasuk di Aijaz Frozen Food Jember dalam periode tahun 2024:

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan Produk Nugget Periode Oktober 2024**

No	Merek Nugget	Toko <i>Frozen Food</i>		
		<i>Aijaz Frozen Food Jember</i>	<i>Mama Frozen Food Jember</i>	<i>Bima Frozen Food Jember</i>
1.	Nugget So eco	3.000 Pack	1.600 Pack	1.400 Pack
2.	Nugget Salam	1.000 Pack	800 Pack	600 Pack
3.	Nugget Zaitun	400 Pack	320 Pack	220 Pack
4.	Nugget Okey	860 Pack	720 Pack	600 Pack
5.	Nugget Akumo	680 Pack	600 Pack	520 Pack

6.	Nugget Bernardi	260 Pack	160 Pack	120 Pack
7.	Nugget Champ	240 Pack	120 Pack	90 Pack
8.	Nugget Kanzler	260 Pack	160 Pack	120 Pack
<b>Total</b>		<b>6.700 Pack</b>	<b>4.480 Pack</b>	<b>3.670 Pack</b>

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Menyoroti tabel 1.1, terdapat perbedaan secara signifikan mengenai data penjualan produk nugget So Eco di Toko Aijaz Frozen Food Jember. Hal ini terjadi karena adanya kualitas layanan yang baik diberikan oleh Toko Aijaz Frozen Food Jember dan kualitas produk yang unggul ditawarkan oleh nugget So Eco, kombinasi hal tersebut menjadi pilihan ideal untuk konsumen memilih membeli produk nugget So Eco di Toko Aijaz Frozen Food Jember sehingga dapat memenangkan persaingan pasar. Dilihat dari fenomena yang telah dijelaskan dan beberapa dukungan penelitian terdahulu cukup melandasi penelitian yang akan dilakukan mengenai keputusan pembelian produk nugget So Eco di Toko Aijaz Frozen Food Jember. Untuk itu peneliti tertarik untuk menguji faktor-faktor yang memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk nugget So Eco di Toko Aijaz Frozen Food Jember seperti kualitas layanan dan kualitas produk yang mengalami kenaikan penjualan secara signifikan dari beberapa tahun ke belakang. Penelitian ini juga diharapkan mengisi celah kosong dari penelitian-penelitian sebelumnya dengan menggunakan kombinasi variabel yang belum digunakan, objek yang belum diteliti dan waktu penelitian yang berbeda sehingga berdasarkan hal tersebut, maka peneliti tertarik mengambil judul yaitu “Pengaruh Layanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Nugget So Eco (Studi Kasus pada Konsumen di Aijaz Frozen Food Jember)”.

## **1.2 Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yang diambil dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian produk Nugget So Eco pada konsumen di toko Aijaz Frozen Food Jember?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Nugget So Eco pada konsumen di toko Aijaz Frozen Food Jember?
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Nugget So Eco pada konsumen di toko Aijaz Frozen Food Jember?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah penelitian tersebut, maka tujuan penelitian yang dapat disusun dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian produk Nugget So Eco pada konsumen di Toko Aijaz Frozen Food Jember.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Nugget So Eco pada konsumen di Toko Aijaz Frozen Food Jember.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Nugget So Eco pada konsumen di Toko Aijaz Frozen Food Jember.

#### 1.4 Definisi Operasioanal Variabel

Operasional variabel merupakan seperangkat petunjuk yang lengkap tentang apa yang harus diamati dan mengukur suatu variabel atau konsep untuk menguji kesempurnaan (Sugiarto, 2015). Untuk penjelesannya sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Kualitas layanan (X1)	Kualitas layanan merupakan penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dibandingkan dengan yang diharapkan (Kotler & Keller, 2016)	1. Keandalan ( <i>reliability</i> ) 2. Daya tanggap ( <i>responsiveness</i> ) 3. Jaminan ( <i>assurance</i> ), 4. Empati ( <i>emphaty</i> ), 5. Bukti fisik ( <i>tangible</i> ), (Tjiptono, 2018)
2	Kualitas produk (X2)	Kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan (Kotler & Keller, 2016)	1. Kinerja ( <i>performance</i> ) 2. Keandalan ( <i>reliability</i> ) 3. Fitur ( <i>feature</i> ) 4. Daya Tahan ( <i>durability</i> ) 5. Kesesuaian ( <i>conformance</i> ) (Lupiyoadi, 2018)
3	Keputusan pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan tindakan konsumen untuk membeli atau tidak membeli suatu produk atau jasa (Kotler & Keller, 2016)	1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku pasca pembelian (Kotler & Armstrong, 2019)

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diberbagai hal, di antaranya sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai hubungan anantara teori-teori yang digunakan dengan penguatan, pengujian atau perluasan teori yang sudah ada serta memberikan perspektif baru untuk menjadi referensi penelitian selanjutnya serta menguji efektivitas penerapan prinsip-prinsip Islam dalam meningkatkan keputusan pembelian, sehingga memperkuat relevansi kajian-kajian Islami dalam fenomena faktual di masyarakat.
2. Manfaat akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih perkembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai teori ekonomi berbasis syariah untuk menambah kajian-kajian baru yang bersumber dari fenomena yang faktual terkait dengan variabel keputusan pembelian dan diharapkan dapat dijadikan referensi dalam bahan ajar di mata kuliah terkait.
3. Manfaat secara praksis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak Toko Aijaz Frozen Food Jember. sebagai bahan masukan untuk mengembangkan bisnisnya sehingga mencapai tujuan bisnis dengan efektif dan efisien.

### **1.6 Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian ini mencakup kajian tentang pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Nugget So Eco pada konsumen di Toko Aijaz Frozen Food Jember yang berlokasi di Jl. Kenanga

XII, Gebang, Kabupaten Jember. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengujian regresi linier berganda yang digunakan untuk mengukur pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar dengan *google form* pada konsumen Toko Aijaz Frozen Food Jember yang membeli produk Nugget So Eco.

