

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia adalah negara dengan banyak pulau dan 38 provinsi, masing-masing memiliki makanan khasnya sendiri. Di dukung dengan kemajuan sekarang ini, dunia kuliner juga mengalami perkembangan yang sangat cepat, dan banyak pihak melalui inovasi-inovasi baru, salah satunya yaitu Ayam Geprek Pipo di Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember yang menjadi populer dalam tiga tahun terakhir. Untuk tetap bertahan dalam bisnisnya pelaku bisnis juga harus tetap meningkatkan kualitas makanan.

Peningkatan kualitas merupakan alternatif makanan pada bisnis kuliner yang berperan penting dalam mempengaruhi konsumen agar melakukan keputusan pembelian. (<https://www.jurnal.id>) *Food quality* (kualitas makanan) seperti warna, penampilan, porsi, bentuk, temperatur, tekstur, aroma, tingkat kematangan dan rasa juga berperan penting dalam keputusan pembelian konsumen, sehingga dapat diketahui bila kualitas makanan meningkat, maka Keputusan Pembelian akan meningkat juga. Kualitas makanan adalah tingkat konsistensi kualitas menu yang dicapai dengan menetapkan standar produk dan kemudian memeriksa item yang dikendalikan untuk melihat kualitas apa yang perlu dicapai. Setiap produk makanan memiliki kriteria tersendiri, sehingga setiap menu masakan memiliki banyak kriteria.

Keputusan Pembelian Menurut (Phillip Kotler & Keller, 2016) Keputusan Pembelian adalah sejumlah langkah yang diambil konsumen sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk. Keputusan Pembelian adalah keinginan konsumen untuk membeli suatu produk. Konsumen akan membuat keputusan tentang produk mana yang akan dibeli berdasarkan persepsi mereka terhadap produk, yang berkaitan dengan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan mereka. Menurut (Priansa, 2014) Keputusan Pembelian adalah tindakan yang tidak dapat terlepas dari hubungan konsumen dengan produk. Beberapa konsumen ada yang mempunyai hubungan dalam pembelian produk, dan beberapa lagi ada yang mempunyai hubungan rendah untuk membeli sesuatu. Keputusan Pembelian dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya kualitas produk dan harga.

Menurut (Tjiptono, 2016) mendefinisikan kualitas merupakan apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Masih dalam (Tjiptono, 2016) menjelaskan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sedangkan menurut (Firmansyah, 2019) kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam mempergerakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Menurut (Tjiptono, 2016) kualitas produk merupakan suatu penilaian konsumen terhadap suatu kelebihan atau keistimewaan produk. Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk yang mampu memenuhi setiap kebutuhan konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Menurut (Phillip Kotler & Armstrong, 2015) *Price* (harga) merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang, jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen

atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. sedangkan menurut (Oentoro, 2013) *Price* (harga) adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. *Price* (harga) berinteraksi dengan seluruh elemen lain dengan bauran pemasaran untuk menentukan efektifitas tiap elemen dan keseluruhan elemen. Strategi penentuan *Price* yang mempengaruhi psikologis konsumen (Oentoro D. , 2013)

Ayam Geprek merupakan ayam goreng khas Indonesia yang terbuat dari ayam dan tepung terigu, penyajiannya cukup di ulek dengan sambal, seperti sambal bawang, sambal matah, sambal hijau dll. Ayam Geprek awalnya berasal dari kota Yogyakarta, namun saat ini menjadi hidangan populer yang ditemukan di seluruh kota di Indonesia, salah satunya kota Jember. Pencinta kuliner perkotaan Jember bukanlah orang baru di dapur ini. Beberapa rumah makan dan pedagang kaki lima di Kabupaten Jember menawarkan ayam geprek dengan ciri khas yang berbeda-beda yang masing-masing selalu diminati konsumen, antara lain restoran Ayam Geprek Pipo di Kecamatan Jenggawah.

Tabel. 1.1
Jumlah Penjualan Produk Ayam Geprek Pipo di Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember Tahun 2023

No.	Bulan	Target Penjualan	Jumlah Penjualan Produk
1	Januari	2.500	2.892
2	Februari	2.500	2.877
3	Maret	2.500	1.567
4	April	2.500	1.514
5	Mei	2.500	1.798
6	Juni	2.500	2.015
7	Juli	2.500	2.156
8	Agustus	2.500	2.466
9	September	2.500	2.682
10	Oktober	2.500	2.679
11	November	2.500	2.600
12	Desember	2.500	2.635
TOTAL			27.881

Sumber : Ayam Geprek Pipo di Kecamatan Jenggawah, 2023

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa terjadinya fluktuasi penjualan, hal ini dapat terjadi karena Keputusan Pembelian konsumen yang berubah setiap saat. Hal ini dapat terjadi karena beberapa hal diantaranya *food quality*, *Food quality* restoran Ayam Geprek Pipo di Jenggawah Kabupaten Jember merupakan strategi pemasaran yang mengandalkan kualitas produk makanan, oleh karena itu Ayam Geprek Pipo Jenggawah Kabupaten Jember diperlukan strategi yang dapat menarik minat beli pelanggan dengan cara proses pembuatannya yang higienis dan menggunakan bahan-bahan yang berkualitas tinggi sehingga konsumen dapat merasakan Ayam Geprek Pipo di Jenggawah Kabupaten Jember benar-benar

berkualitas dan tidak sama dengan Ayam Geprek lainnya. Faktor kedua yaitu *price* perubahan harga yang terjadi dan persaingan harga antara produk serupa dan pesaing.

Menurut (Purwaningdyah, 2019) dan (Sandala et al., 2019) penelitiannya yang berjudul “Pengaruh *electronic word of mouth* dan *food quality* terhadap keputusan pembelian”, menyatakan bahwa *Food quality* mampu memberikan pengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Mie merapi di Bandung. (Tendean et al., 2020) dan (Lestari & Yusuf, 2019) penelitiannya yang berjudul “ Pengaruh *viral marketing*, *store location* dan *food quality* terhadap Keputusan Pembelian di *macdonal's* Manado” menyatakan bahwa *food quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (Tambirang et al., 2021) dan (Fardiman & Ernawati, 2020) penelitiannya yang berjudul “ pengaruh pemasaran *online* , *food quality*, dan *brand trust* terhadap Keputusan Pembelian ayam geprek benu pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas sam ratulangi manado” Hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukan bahwa secara parsial pemasaran online berpengaruh positif dan tidak signifikan, sedangkan *food quality*, dan *brand trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian ayam geprek Benu Manado. Tetapi pemasaran *online*, *food quality*, dan *brand trust* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian ayam geprek Benu Manado. Dalam penelitian ini peneliti ini memfokuskan penelitian dengan melihat pengaruh *food quality* dan *price* terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Pipo di Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka dapat didefinisikan bahwa pembisnis harus bisa mengelola dan menerapkan kualitas produk agar mampu bersaing setara dengan pesaing. Pada penelitian ini pokok pembahasannya berfokus bagaimana Ayam Geprek Pipo di Kecamatan Jenggawah untuk meningkatkan pembelian yang dilakukan konsumen dengan mempertimbangkan kualitas produk pada keputusan pembelian, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah *food quality* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Pipo di Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember?
2. Apakah *price* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Pipo di Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang serta rumusan masalah yang telah dirumuskan maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *food quality* terhadap Keputusan Pembelian pada Ayam Geprek Pipo di Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *price* terhadap Keputusan Pembelian pada Ayam Geprek Pipo di Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat penelitian

Dengan adanya penelitian ini maka manfaat yang dirumuskan oleh peneliti dan akan didapat dari berbagai pihak sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharap dapat menambah informasi dan pengetahuan tentang sejauh mana pengaruh kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian pada Ayam Geprek Pipo di Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu bahan masakan dan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian konsumen Ayam Geprek Pipo di Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember.

- b. Bagi Universitas

Hasil riset diharapkan bisa digunakan untuk referensi dan memberikan sumbangan konseptual bagi peneliti sejenis maupun civitas akademik lainnya dalam rangka mengembangkan penelitian tentang pengaruh *food quality* terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Pipo di Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember.

