

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Daging ayam banyak digemari oleh masyarakat karena daging ayam merupakan bahan pangan yang memiliki kandungan gizi yang baik bagi tubuh. Menurut Tabel Komposisi Pangan Indonesia (2009) kandungan gizi daging ayam per 100 g, memiliki protein 18,2 g, energi 298 kalori, dan lemak 25 g. Daging ayam juga memiliki harga yang relatif murah apabila dibandingkan dengan harga daging sapi. Selain harga yang terjangkau, daging ayam juga memiliki cita rasa yang enak dan gurih sehingga banyak di gemari oleh masyarakat, dari anak-anak hingga orang dewasa.

Banyak produsen yang mengolah daging ayam menjadi produk baru, salah satunya seperti produk olahan *nugget* ayam, hal ini bertujuan untuk menarik minat konsumen terhadap produk olahan daging ayam, dalam melakukan pembelian sebuah produk pangan, konsumen dapat dipengaruhi oleh atribut produk. Atribut produk inilah yang akan membedakan antara produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan dengan produk sejenis yang ditawarkan perusahaan lain. Perbedaan atribut kemudian bisa menimbulkan perbedaan persepsi konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh berbagai perusahaan sehingga akhirnya dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian.

Produk *nugget* yang diproduksi oleh perusahaan di bidang pangan memiliki merek, kemasan, dan harga yang berbeda, sehingga pembeli akan membuat persepsi untuk memilih produk mana yang akan dibelinya. Selain itu, pemberian labelisasi halal pada sebuah produk pangan juga sangat penting, karena untuk memberikan keterangan bagi konsumen bahwa produk yang dibeli terhindar dari bahan-bahan yang haram (tidak halal) sehingga mempermudah konsumen yang beragam Islam dalam melakukan pembelian, dari hasil observasi yang di dapat, ada produk *nugget* yang dijual oleh produsen tidak memiliki labelisasi halal, dan juga memiliki kemasan yang bening.

Pengambilan keputusan dalam pembelian sebuah produk merupakan sebuah tindakan yang dilakukan konsumen untuk membandingkan referensi

diantara jenis produk pangan yang paling disukai. Konsumen bebas memilih sebuah produk berdasarkan merek yang akan dibelinya, konsumen cenderung memilih setia terhadap merek yang sudah pernah dibelinya, namun jika konsumen tidak dapat membanding referensi produk yang akan dibelinya, maka konsumen cenderung menggunakan harga sebagai kualitas produk yang akan dibelinya, konsumen biasanya akan membeli produk yang memiliki harga yang sesuai dengan kebutuhan dirinya, dari uraian latar belakang tersebut, peneliti akan melakukan penelitian tentang pengaruh atribut produk terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian *nugget* ayam di Kabupaten Jember, dengan menggunakan variabel labelisasi halal (X_1), harga (X_2), kemasan produk (X_3), dan merek (X_4).

1.2 Rumusan Masalah

1. Atribut produk apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian *nugget* ayam di Kabupaten Jember?
2. Atribut produk apa yang paling dominan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian *nugget* ayam di Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan

1. Untuk mengetahui atribut produk apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian produk *nugget* ayam di Kabupaten Jember.
2. Untuk mengetahui atribut produk apa yang paling dominan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk *nugget* ayam di Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat

1. Memberikan informasi untuk *masyarakat* mengenai atribut produk apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian *nugget* ayam di Kabupaten Jember.

2. Memperluas pengetahuan mengenai atribut produk yang menjadi pertimbangan konsumen terhadap pembelian produk *nugget* ayam di Kabupaten Jember.