

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor bisnis tengah mengalami kemajuan dan berkembang sangat cepat. Perkembangan ini menjadi suatu tantangan sekaligus ancaman bagi para pengusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup mereka dan terus berkembang untuk memenangkan persaingan dengan pesaing lain. Keadaan ini akan menyebabkan perusahaan akan senantiasa selalu berusaha dengan mempertahankan keberlangsungan usaha, melakukan ekspansi bisnis, mencapai profitabilitas serta juga berusaha untuk memperkuat posisi kompetitif di tengah persaingan pasar. Perusahaan harus memiliki keunggulan kompetitif dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Saat ini di Indonesia banyak melakukan usaha dalam bidang makanan atau yang disebut kuliner. Hal ini dapat dibuktikan dengan maraknya usaha kuliner yang menawarkan produk serupa dengan variasi harga dan kualitas layanan yang berbeda-beda. Menghadapi tantangan bisnis yang semakin sengit, perusahaan perlu terus melakukan inovasi untuk meningkatkan produknya agar pelanggan memiliki minat sehingga mempunyai keputusan untuk melakukan pembelian, perusahaan harus memberikan kualitas pada produknya agar konsumen dapat melakukan keputusan. Karena persaingan yang ketat, faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen juga menjadi perhatian.



Gambar 1. 1 Usaha Kuliner Terbanyak Di Indonesia

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), 2022

Menurut grafik diatas telah dibuktikan bahwasanya usaha kuliner di Indonesia telah didominasi restoran atau tempat makan yang telah dibuka, Berdasarkan data statistik yang dikutip melalui dari Badan Pusat Statistik (BPS) tercatat sebanyak 11.223 sektor kuliner yang beroperasi di wilayah Indonesia pada tahun 2020. Secara geografis, lebih dari separuh (53,85%) lokasi bisnis kuliner terkonsentrasi di pusat perbelanjaan (mall). Distribusi usaha makanan dan minuman ini juga dapat ditemukan di berbagai area strategis seperti kawasan industri, sentra kuliner, daerah pariwisata, serta fasilitas akomodasi seperti hotel. Dalam segi demografi konsumen, mayoritas pelanggan (60,11%) berasal dari populasi yang bermukim di sekitar lokasi usaha tersebut.

Salah satu usaha makanan di Indonesia yang berpokok mengolah ayam adalah Ayam Goreng Nelongso yaitu salah satu rumah makan *franchise* rumah makan yang telah pertama dibuka di Malang. Setelah membuka cabang di beberapa tempat yaitu salah satunya berada di Jember pada September 2017. Rumah makan Ayam Goreng Nelongso ini terletak di Jl. Ruko Mastrip Square Blok K, Sumbersari, Jember. Seiring berjalannya waktu banyak rumah makan yang menggunakan ayam sebagai bahan baku. Pesaing adalah suatu ancaman bagi Ayam Goreng Nelongso, jika Ayam Goreng Nelongso tetap mempertahankan cita rasa dan memenuhi kebutuhan para konsumen merupakan hal yang wajib diprioritaskan.

Pada saat ini di Kabupaten Jember banyak yang telah membuka bisnis dengan bahan baku ayam yang cukup ternama. Menjual produk yang sama dengan Ayam Goreng Nelongso memiliki harga antara Rp 20.000-30.000 yaitu *Chicken Of The Day*, Pelopor Geprek Bakar, Ayam Cumlaude, dan Ayam Gepok Pak Giek yang memiliki harga yang hampir sama diantaranya seharga Rp 20.000-30.000. Meskipun banyak bisnis serupa yang menjual produk berbahan dasar ayam, hal ini tidak mengurangi minat konsumen terhadap Ayam Goreng Nelongso. Kombinasi harga kompetitif dan kualitas produk yang baik mampu memperkuat dan mempertahankan posisi pasar.

Ayam Goreng Nelongso memiliki beberapa menu seperti ayam ayam krispi, ayam bakar, dan lainnya. Makanan yang paling populer diantara mahasiswa pada saat ini yaitu ayam krispi, selain dengan harga yang terjangkau murah tetapi juga

tetap memiliki cita rasa yang memuaskan. Ayam geprek ini sangat diminati oleh para mahasiswa maupun mahasiswi karena harganya sangat ramah di kantong para mahasiswa.

Menurut (Gunarsih, 2021) Harga merupakan besaran nilai yang dibayar konsumen demi kepemilikan atau penggunaan suatu barang/jasa, di mana perusahaan juga memperoleh keuntungan. Harga termasuk salah satu aspek yang mempengaruhi pertimbangan pembeli. Meskipun konsumen menginginkan harga makanan yang murah tetapi juga memiliki cita rasa yang menggugah selera. Dengan demikian, penting bagi konsumen untuk memastikan bahwa harga suatu produk atau layanan sesuai dengan anggaran mereka serta sepadan dengan nilai yang ditawarkan sebelum memutuskan pembelian.

Selain harga yang perlu diperhatikan yaitu kualitas produk pada Ayam Goreng Nelongso. Menurut (Intan Aghitsni & Busyra, 2022) Kualitas produk termasuk faktor kunci yang dipertimbangkan calon pembeli sebelum memutuskan membeli suatu barang atau jasa. Kualitas produk didefinisikan sebagai keyakinan bahwa terdapat nilai lebih yang tidak didapatkan di produk kompetitor sejenis, termasuk Ayam Goreng Nelongso. Ayam Goreng Nelongso dinilai mempunyai produk berkualitas tinggi dan tidak hanya memenuhi tapi melampaui ekspektasi pelanggan, mendorong loyalitas pembelian berulang dan tidak akan menciptakan rasa kecewa pada konsumen.

Menurut (Aghitsni & Busyra, 2022) Keputusan pembelian merupakan suatu perilaku pada konsumen melakukan pembelian dengan secara sadar dengan adanya produk tersebut untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Pada saat konsumen sudah memiliki adanya kepercayaan pada produk ayam goreng nelongso yang disebabkan dari cita rasa. Biasanya konsumen memiliki rasa lebih percaya pada produk dikarenakan produk tersebut sudah dicoba oleh pra konsumen lain maka akan timbulnya rasa penasaran.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas peneliti memilih Ayam Goreng Nelongso Cabang Mastrip di Jember sebagai lokasi penelitian karena bisnis pada Ayam Goreng Nelongso yang berdiri sejak tahun 2017 berhasil bertahan di tengah maraknya kompetitor yang menjual produk serupa. Produk tersebut dengan

memiliki harga yang sesuai dengan kantong pelajar, dan kualitas produk yang baik bagus. Peneliti tertarik untuk menganalisa dan menguji pada Ayam Goreng Nelongso Cabang Jl. Mastrip Jember mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Dari tinjauan latar belakang tersebut, inti permasalahan yang akan dikaji sebagai berikut:

1. Apakah variabel harga menimbulkan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Ayam Goreng Nelongso Cabang Jl. Mastrip Jember?
2. Apakah variabel kualitas produk menimbulkan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Ayam Goreng Nelongso Cabang Jl. Mastrip Jember?
3. Apakah variabel harga dan kualitas produk menimbulkan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Ayam Goreng Nelongso Cabang Jl. Mastrip Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari identifikasi permasalahan sebelumnya, tujuan utama kajian ini dapat meliputi:

1. Mengkaji dan menganalisis variabel harga (X1) menimbulkan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) pada Ayam Goreng Nelongso Cabang Jl. Mastrip Jember.
2. Mengkaji dan menganalisis variabel kualitas produk (X2) menimbulkan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) pada Ayam Goreng Nelongso Cabang Jl. Mastrip Jember.
3. Mengkaji dan menganalisis variabel harga (X1) dan kualitas produk (X2) menimbulkan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) pada Ayam Goreng Nelongso Cabang Jl. Mastrip Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari pemaparan mengenai latar belakang, perumusan masalah, dan tujuan, diharapkan temuan ini memiliki nilai manfaat diantaranya:

1. Bagi Akademik

Kajian studi ini diharapkan mampu memberikan kontribusi sebagai rujukan mengenai dampak harga dan kualitas produk pada pola pembelian konsumen.

2. Bagi Pelaku Usaha

Temuan ini harapannya dapat menjadi sumber informasi dan manfaat berkaitan dengan pengaruh harga dan standar kualitas produk pada pengambilan keputusan konsumen. Oleh karena itu, dapat membantu manajemen Ayam Goreng Nelongso dalam memahami preferensi konsumen secara lebih mendalam.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Temuan studi ini dapat dijadikan pedoman serta memperdalam pemahaman tentang proses pembuatan keputusan pembelian.