

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor kuliner di Kabupaten Sidoarjo terus berkembang seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap produk makanan dan minuman yang praktis, beragam, dan mudah dijangkau. Posisi Sidoarjo sebagai daerah penyangga kota besar serta pusat aktivitas perdagangan turut membuka peluang bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk mengembangkan usaha di bidang kuliner. Pada tahun 2023, sektor penyediaan makanan dan minuman memberikan kontribusi sebesar 3,52% terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Sidoarjo, sehingga menunjukkan bahwa usaha makanan dan minuman memiliki peran penting dalam mendukung aktivitas ekonomi daerah (Badan Pusat Statistik Kabupaten Sidoarjo, 2023). Di sisi lain, perkembangan sektor kuliner juga diikuti oleh meningkatnya persaingan antar pelaku usaha, sehingga pelaku UMKM dituntut untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dalam kajian perilaku konsumen, keputusan pembelian merupakan bagian penting karena berkaitan dengan proses konsumen dalam mengenali kebutuhan, mencari informasi, mengevaluasi alternatif, dan akhirnya menentukan pilihan pembelian (Kotler & Armstrong, 2024).

Produk kuliner yang banyak diminati masyarakat adalah ayam geprek. Produk ini memiliki karakteristik yang sesuai dengan preferensi konsumen masa kini, yaitu praktis, mudah diperoleh, memiliki cita rasa yang mudah diterima, menawarkan variasi tingkat kepedasan, serta dijual dengan harga yang relatif terjangkau bagi berbagai segmen konsumen (Hikmah *et al.*, 2024). Kondisi tersebut mendorong pertumbuhan usaha ayam geprek di berbagai daerah, termasuk di Kabupaten Sidoarjo. Namun, banyaknya usaha sejenis juga membuat konsumen memiliki lebih banyak alternatif pilihan. Akibatnya, pelaku usaha tidak cukup hanya mengandalkan keberadaan produk, tetapi juga perlu memahami faktor-faktor yang mampu mendorong konsumen untuk benar-benar melakukan pembelian.

Ali Fried Chicken (AFC) Cabang Damarsi Sidoarjo merupakan salah satu UMKM kuliner lokal yang menjual produk ayam geprek kepada konsumen di

wilayah Damarsi dan sekitarnya. Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara singkat dengan pihak usaha, AFC menghadapi persaingan yang cukup ketat dengan beberapa usaha sejenis di sekitar lokasi, seperti Hisana, Lezatto, Chicken Pop Pop Damarsi, Ardy's Fried Chicken, dan Ayam Geprek Fabian. AFC menghadapi kondisi di mana konsumen dapat dengan mudah membandingkan produk, harga, dan pengalaman pembelian dengan usaha lain di sekitar lokasi. Dalam konteks ini, keputusan pembelian konsumen menjadi persoalan penting karena keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh tersedianya produk, tetapi juga oleh kemampuan usaha dalam memberikan nilai yang sesuai dengan harapan konsumen. Pada usaha kuliner lokal seperti AFC, pengalaman konsumen saat melakukan pembelian juga menjadi hal yang menentukan, misalnya terkait kesesuaian produk dengan kebutuhan, keterjangkauan harga, kualitas interaksi pelayanan, serta pengaruh rekomendasi dari lingkungan sosial.

Berdasarkan kondisi tersebut, keputusan pembelian menjadi aspek yang penting untuk dikaji karena keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan produk, tetapi juga oleh kemampuan usaha dalam memenuhi harapan konsumen. Pengalaman konsumen selama proses pembelian, mulai dari kualitas produk yang diterima, kesesuaian harga, pelayanan yang diberikan, hingga pengaruh rekomendasi dari lingkungan sosial, berpotensi membentuk keputusan pembelian. Oleh sebab itu, penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen pada *Ali Fried Chicken* Cabang Damarsi Sidoarjo.

Produk dipilih sebagai salah satu variabel penelitian karena merupakan atribut utama yang pertama kali dinilai oleh konsumen ketika membeli makanan. Selain mempertimbangkan cita rasa, konsumen juga memperhatikan konsistensi kualitas, kondisi produk saat diterima, serta tampilan produk yang disajikan. Dalam praktiknya, kualitas produk dapat mengalami perubahan, misalnya adanya ketidakonsistenan rasa, kondisi makanan yang kurang optimal ketika diterima konsumen, maupun penyajian yang kurang menarik sehingga dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap produk tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong (2024), persepsi konsumen terhadap kelayakan produk, konsistensi mutu, serta

daya tarik tampilan merupakan aspek yang berkaitan dengan keputusan pembelian. Dengan demikian, variabel produk dipandang relevan untuk dianalisis pada Ali Fried Chicken Cabang Damarsi Sidoarjo.

Selain aspek produk, faktor ekonomi juga menjadi pertimbangan penting dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Harga dipilih sebagai variabel penelitian karena konsumen, khususnya pelajar, mahasiswa, maupun masyarakat umum, umumnya membandingkan harga produk dengan kemampuan membeli serta manfaat yang diperoleh. Pada lingkungan usaha ayam geprek yang kompetitif, harga menjadi salah satu dasar perbandingan sebelum konsumen menentukan pilihan. Simanullang (2021) menyatakan bahwa persepsi terhadap keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, serta daya saing harga memiliki peran dalam membentuk keputusan pembelian. Oleh karena itu, penelitian ini mengkaji pengaruh persepsi konsumen terhadap harga produk AFC terhadap keputusan pembelian.

Tidak hanya dipengaruhi oleh produk dan harga, keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh pengalaman konsumen ketika berinteraksi langsung dengan penyedia jasa. Dalam usaha kuliner, kualitas pelayanan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari proses pembelian karena berhubungan dengan kenyamanan konsumen selama memperoleh produk. Konsumen dapat memberikan penilaian yang kurang baik apabila pelayanan berlangsung lambat, informasi produk tidak disampaikan secara jelas, atau respons terhadap kebutuhan dan keluhan belum optimal. Simanullang (2021) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dapat dinilai melalui ketepatan pelayanan, kemampuan karyawan menjelaskan produk, serta kepedulian terhadap kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi variabel yang layak dianalisis dalam menjelaskan keputusan pembelian pada AFC.

Di samping faktor-faktor yang berasal dari dalam perusahaan, keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh lingkungan sosial konsumen. Kelompok acuan berperan dalam membentuk keyakinan konsumen melalui rekomendasi, pengalaman, maupun pendapat dari orang-orang yang dianggap memiliki kredibilitas. Bagi konsumen yang belum pernah mencoba suatu produk, informasi

dari keluarga, teman, maupun lingkungan sosial sering kali menjadi dasar dalam menentukan pilihan pembelian. Trisno et al. (2020) serta Kambey et al. (2022) menyatakan bahwa kelompok acuan mampu memengaruhi perhatian, penilaian, dan keputusan konsumen terhadap suatu produk. Oleh sebab itu, kelompok acuan dipilih sebagai variabel penelitian karena dinilai dapat menjelaskan pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Ali Fried Chicken* Cabang Damarsi Sidoarjo.

Berbagai faktor tersebut menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen tidak dipengaruhi oleh satu aspek saja, melainkan merupakan hasil interaksi beberapa faktor yang saling berkaitan. Berdasarkan telaah penelitian terdahulu, sebagian besar penelitian hanya menguji hubungan antara dua atau tiga variabel, seperti produk dan harga, harga dan kualitas pelayanan, atau kualitas pelayanan dengan pengaruh sosial, serta banyak dilakukan pada restoran cepat saji berskala nasional maupun produk selain ayam geprek. Perbedaan juga terlihat pada objek penelitian, teknik pengambilan sampel, maupun hasil penelitian yang menunjukkan adanya variasi pengaruh masing-masing variabel terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan dengan menganalisis pengaruh produk, harga, kualitas pelayanan, dan kelompok acuan secara simultan maupun parsial pada UMKM ayam geprek lokal, yaitu *Ali Fried Chicken* Cabang Damarsi Sidoarjo. Pendekatan tersebut diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Dengan demikian, penelitian ini tidak mengabaikan variabel lain, seperti promosi, lokasi, maupun *word of mouth*, tetapi memfokuskan kajian pada empat variabel yang dinilai paling relevan dengan kondisi empiris AFC Cabang Damarsi Sidoarjo serta masih memiliki celah penelitian pada konteks UMKM kuliner lokal. Berdasarkan pertimbangan tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh produk, harga, kualitas pelayanan, dan kelompok acuan terhadap keputusan pembelian produk ayam geprek pada *Ali Fried Chicken* Cabang Damarsi Sidoarjo, baik secara simultan maupun parsial, sekaligus mengidentifikasi variabel yang memberikan pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disampaikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh produk, harga, kualitas pelayanan, dan kelompok acuan secara simultan terhadap keputusan pembelian produk ayam geprek di Ali *Fried Chicken* (AFC) Cabang Damarsi Sidoarjo?
2. Bagaimana pengaruh produk, harga, kualitas pelayanan, dan kelompok acuan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk ayam geprek di Ali *Fried Chicken* (AFC) Cabang Damarsi Sidoarjo?
3. Variabel manakah yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian produk ayam geprek pada Ali *Fried Chicken* Cabang Damarsi Sidoarjo?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disampaikan, tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis dan menguji pengaruh produk, harga, kualitas pelayanan, dan kelompok acuan secara simultan terhadap keputusan pembelian produk ayam geprek pada UMKM Ali *Fried Chicken* Cabang Damarsi Sidoarjo.
2. Menganalisis dan menguji pengaruh produk, harga, kualitas pelayanan, dan kelompok acuan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk ayam geprek di UMKM Ali *Fried Chicken* Cabang Damarsi Sidoarjo.
3. Mengidentifikasi variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian produk ayam geprek pada Ali *Fried Chicken* Cabang Damarsi Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan sebagai berikut:

a. Bagi Perusahaan/Pelaku Usaha

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi Ali *Fried Chicken* Cabang Damarsi Sidoarjo mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun strategi pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan peningkatan kualitas produk, penetapan harga, perbaikan kualitas pelayanan, serta pemanfaatan pengaruh kelompok acuan. Dengan mengetahui variabel yang paling dominan, pelaku usaha dapat menentukan prioritas strategi yang lebih tepat untuk mempertahankan konsumen dan meningkatkan daya saing usaha.

b. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi ilmiah dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya mengenai perilaku konsumen dan keputusan pembelian pada produk makanan cepat saji berbasis UMKM. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan bagi mahasiswa, dosen, maupun peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji pengaruh produk, harga, kualitas pelayanan, dan kelompok acuan terhadap keputusan pembelian konsumen.

c. Bagi Institusi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi institusi pendidikan maupun lembaga pendukung UMKM dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen pada sektor kuliner lokal. Temuan penelitian ini juga dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam penyusunan program pendampingan, pelatihan, atau pengembangan UMKM, khususnya dalam aspek pemasaran, kualitas pelayanan, dan peningkatan daya saing usaha kuliner.