

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Makanan dan minuman merupakan kebutuhan paling pokok yang menunjang keberlangsungan hidup setiap manusia. Tanpa makan dan minum manusia akan kesulitan dalam menjalani aktivitasnya. Hal ini menunjukkan bahwa makanan dan minuman akan selalu dibutuhkan manusia setiap harinya. Seiring bertambahnya penduduk di suatu negara, kebutuhan akan makanan dan minuman pun akan terus mengalami peningkatan termasuk di Indonesia. Di Indonesia pertambahan jumlah penduduk mengalami peningkatan setiap tahunnya. Perihal ini dapat kita temukan dari hasil sensus penduduk pada tahun 2010 dengan jumlah 237.556.363 jiwa mengalami peningkatan pada tahun 2020 menjadi 270.203.917 jiwa. Jadi, dapat diperoleh rata-rata peningkatan jumlah penduduk dari tahun 2010 sampai tahun 2020 sebesar 1,25% per tahun.¹ Semakin bertambahnya jumlah penduduk tentu mengakibatkan bertambah besarnya kebutuhan akan makanan dan minuman sehingga dapat memberi peluang-peluang usaha bagi masyarakat.

Dalam membuka suatu usaha, konsumen adalah faktor utama dalam menjaga kelangsungan hidup usahanya. Tanpa adanya konsumen yang membeli bagaimana usaha tersebut akan berjalan. Maka suatu usaha harus mempelajari bagaimana perilaku konsumen agar tertarik dan memutuskan

¹ www.bps.go.id diakses pada tanggal 20 April 2022.

membeli produk yang dihasilkannya. Menurut Freddy Rangkuti, Perilaku konsumen diartikan sebagai aktivitas dalam proses menentukan pilihan oleh konsumen untuk membeli, memakai dan memanfaatkan produk atau jasa demi mencukupi kebutuhan dan keinginannya.²

Memahami bagaimana perilaku konsumen dalam membuat keputusan untuk membeli akan sangat berguna dalam mengidentifikasi target sasaran. Kotler & Amstrong menjelaskan bahwa keputusan pembelian merupakan tahapan dalam mengambil suatu keputusan dari seorang konsumen yang bersungguh-sungguh akan melakukan pembelian.³

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor. Kotler & Keller mengemukakan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis. Faktor kebudayaan dibagi menjadi tiga yaitu budaya, sub budaya, dan kelas sosial. Faktor sosial dibagi menjadi tiga yaitu kelompok referensi, keluarga, peran dan status sosial. Faktor pribadi dibagi menjadi lima yaitu usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup, dan kepribadian serta konsep diri. Dan faktor psikologis dibagi menjadi empat yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, dan kepercayaan serta sikap.⁴ Dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut, diharapkan pelaku bisnis dapat menentukan keputusan terbaik bagi perkembangan bisnisnya.

² Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2009), 92.

³ Philip Kotler dan Garry Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1* (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2003), 227.

⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2009), 203-222.

Salah satu bisnis yang berpeluang besar untuk berkembang adalah bisnis kuliner. Banyak pelaku usaha yang sudah merasakan meraup keuntungan besar melalui bisnis kuliner. Diantaranya bisnis kuliner soto. Soto merupakan makanan berkuah khas Indonesia yang dibuat dari campuran rempah-rempah, sayuran dan kaldu daging. Daging yang sering dipakai pada soto adalah daging ayam dan sapi. Di berbagai daerah, memiliki ciri khas sotonya masing-masing baik dari segi rasa, tampilan, maupun pengolahannya, misalnya ada Soto Kediri, Soto Lamongan, Soto Madura, Soto Kudus, Soto Semarang, Soto Betawi, Soto Banjar, Soto Makasar, dll. Soto biasa disajikan dengan nasi, lontong, ketupat, mie, ataupun bihun. Agar menambah sensasi kenikmatan soto, disertai pula berbagai macam bumbu pelengkap dan lauk, seperti sambel, kecap, jeruk limau, koya, telur, kerupuk dan berbagai gorengan (tempe, bakwan, tahu, perkedel).

Di Kota Kediri terdapat beberapa usaha kuliner soto ayam terkenal dan berbentuk depot/rumah makan. Berdasarkan hasil dari pencarian peneliti melalui google maps, terdapat 3 tempat soto ayam dengan rating diatas 4 dan diulas lebih dari ribuan kali oleh beberapa akun pengguna google maps. Adapun datanya sebagai berikut:

Tabel 1.1
Perbandingan Soto Ayam di Kota Kediri Berdasarkan Rating dan Ulasan di Google

No	Nama Soto Ayam	Rating	Ulasan
1	Soto Podjok	4,5	3.397
2	Soto Pakelan	4,5	1.621

3	Soto Manten	4,5	1.235
---	-------------	-----	-------

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 1.1, ketiga tempat soto tersebut memiliki rating yang sama yaitu 4,5. Namun yang membedakannya ada pada banyak ulasannya. Soto Podjok memiliki paling banyak ulasan oleh para pengguna akun google maps yaitu ada 3.397 ulasan. Sedangkan Soto Pakelan memiliki 1.621 ulasan dan Soto Manten memiliki 1.235 ulasan. Sistem ulasan di google maps bersifat publik sehingga setiap orang dapat melihat ulasan tersebut. Ulasan tersebut berisi komentar atau opini yang ditulis oleh pengguna google maps setelah mereka mengunjungi suatu tempat. Pada setiap ulasan tersebut pengguna google maps juga harus menyertakan penilaian yang berupa pemberian bintang antara 1 sampai 5.

Soto Podjok memiliki ulasan paling banyak dibandingkan ketiga tempat soto lainnya. Berikut beberapa ulasan positif yang diberikan oleh para akun pengguna google maps tentang Soto Podjok: Pertama, rating bintang 5, ulasan dari Kurniawan Adiwibowo “Soto Ayam Podjok Kediri. Salah satu legenda kuliner Kediri yang masih eksis hingga saat ini. Penikmat sotonya tidak sampai berjubel tetapi hilir mudik tanpa henti. Soto ayamnya tampil sederhana dengan kekuatan kuah kaldu ayamnya. Tidak lengkap jika tidak sekalian memesan tahu goreng besarnya yang dipotong dadu dengan sedikit kecap dan sambel diatasnya. Pelengkapny ada perkedel kentang, telur asin, dan berbagai macam lauk.”, dari Wiweko Bayu Nurprobowo “Warung soto legend di kota Kediri. Bangunan dan suasana warung sangat klasik. Rasa sotonya juara.”, dan dari Rizki Rachmansyah “Salah satu kuliner legendaris

yang wajib dicoba di Kediri, Soto Podjok dengan kuah bening dengan rasa campuran rempah-rempah membuat perpaduan kuah soto yang pas, gurih dan segar, porsinya seperti soto bathok namun dengan mangkuk besar. Jangan lupa tambahkan perasan jeruk nipis biar tambah mantap, bisa tambah lauk yang tersedia di meja, *recommended* tambah perkedel, telur ayam kampung dan kerupuk udang atau kerupuk Palembang. Jangan lupa pesan tahu goreng yang khas dengan tekstur *crispy* dan *crunchy*, bisa juga tambah kulit goreng *crispy*, tempatnya sangat legendaris ala toko-toko jadul yang berada pojok jalan.”

Kedua, rating bintang 4, ulasan dari Endra Fahrudhi “Soto ayam dengan kuah bening legendaris di Kota Kediri, cita rasa yang mantap dipadu bergedel jumbo dan kerupuk yang gurih.”, dari Kustita Rahayu “Soto Podjok, kuliner legendaris Kota Kediri yang letaknya tidak jauh dari pusat Kota Kediri. Bangunan, penataan dan peralatan rumah makannya masih dipertahankan kekunoannya. Rasa soto ayamnya enak dan kuahnya bening. Selain soto yang khas di rumah makan ini adalah tahu goreng diguyur kecap sambal sebagai camilan.”, dan dari Rudy Soesilo “Soto Podjok adalah salah satu legenda kuliner di Kota Kediri. Rasa sotonya khas dan berbeda dengan soto lain, tempat juga dipertahankan tanpa banyak perubahan sehingga menimbulkan kesan kenangan bagi yang pernah mampir. Kalau ke Kediri jangan terlewat dicoba.”

Dari beberapa ulasan tersebut peneliti tertarik untuk mengali informasi lebih lanjut untuk menemukan alasan dibalik ulasan tersebut. Adapun didapatkan data sebagai berikut:

Tabel 1.2

Data Alamat dan Tahun Berdiri

Tempat Soto Ayam di Kota Kediri

No	Nama Tempat Soto Ayam	Alamat	Tahun Berdiri
1.	Soto Podjok	Jl. Dhoho No. 146, Setono Gedong, Kec. Kota, Kota Kediri	1926
2.	Soto Pakelan	Jl. Untung Suropati 1-3, Pakelan, Kec. Kota, Kota Kediri	1990
3.	Soto Manten	Jl. Singosari, Dandangan, Kec. Kota, Kediri	2019

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2022

Tabel 1.2 menunjukkan tempat dan tahun berdiri ketiga tempat soto tersebut. Dari data tersebut diketahui bahwa ternyata Soto Podjok yang paling lama ada di Kota Kediri yaitu sejak tahun 1926 sampai sekarang. Oleh karena itulah, banyak masyarakat yang menyebutnya sebagai salah satu kuliner legendaris dari Kota Kediri

Data selanjutnya ada perbandingan ketiga tempat soto ayam tersebut apabila menggunakan teori bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Place, dan Promotion*) sebagai berikut:

Tabel 1.3

Perbandingan Soto Ayam Berdasarkan Bauran Pemasaran

Perbedaan	Soto Podjok	Soto Pakelan	Soto Manten
<i>Product</i> (Produk)	- Soto ayam berkuah bening dan tidak bersantan - Kuah berlimpah,	- Soto ayam berkuah sedikit kental dan tidak bersantan - Kuah berlimpah,	- Soto ayam berkuah bening sedikit kekuningan seperti soto di hajatan

	<p>sedap, segar, tidak berminyak/berlemak, dan lembut</p> <ul style="list-style-type: none"> - Porsi nasi sedang - Bumbu rempah-rempahnya berasa - Soto disajikan dalam mangkok yang berbentuk unik bagian bawahnya kecil dan bagian atasnya lebar. Nasi dikumpulkan di satu sudut mangkok sehingga terkesan dibagian “pojok”. Diatas nasi ditaburi suwiran ayam kampung, seledri, kecambah, bawang goreng dan sambal lalu disiram dengan kuah soto yang panas. - Menu tambahan ada tahu yang berukuran besar digoreng lalu dipotong- 	<p>sedap dan segar</p> <ul style="list-style-type: none"> - Porsi nasi sedang - Bumbu rempah-rempah berasa - Soto disajikan dalam mangkok putih berbentuk hati, nasi berada ditengah, diatasnya ditaburi suwiran ayam, seledri, kecambah, bawang goreng, bihun, irisan telur dan sambal lalu disiram kuah soto yang panas. - Menu tambahan ada lontong soto, kentang soto dan kweetiaw soto - Lauk tambahan ada bothok bumbu rujak ayam, tahu, sayap, kepala, brutu, uritan, telur asin, tempe, bergedel, rempela ati, jantung, usus, dan kerupuk. - Ada pula aneka jajanan tradisional dan 	<ul style="list-style-type: none"> - Kuah berlimpah, sedap dan segar - Porsi nasi sedang - Bumbu rempah-rempah berasa - Soto disajikan dalam mangkok berbentuk lingkaran, nasi berada ditengah diatasnya ada suwiran ayam yang disusun rapi dan irisan telur rebus kemudian ditaburi seledri, kecambah, bawang goreng dan kentang goreng lalu disiram kuah soto yang panas. Cabai rebus dan jeruk nipis diletakan di wadah yang terpisah - Lauk tambahan ada telur rebus, telur asin, sayap, cakar, perkedel, tempe mendoan, aneka sate,
--	---	---	---

	<p>potong disajikan dengan siraman bumbu kecap dan sambal.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lauk tambahan ada perkedel, kulit goreng, ati ampela, uritan, brutu, telur puyuh, telur asin, dan telur ayam kampung. - Ada pula kerupuk udang, kerupuk rambak, dan kerupuk Palembang. - Menu minuman ada teh manis, teh tawar, jeruk, jeruk murni, kopi, kopi susu, susu, squash, sirup, minuman botol, dan air mineral. 	<p>jajanan lokal</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menu minuman ada es teh, teh hangat, es jeruk, jeruk hangat, sinom, beras kencur, soda gembira, jus buah, sirup, kopi, jahe, lauhan guo, susu, dan air mineral. 	<p>kerupuk putih/uyel dan kerupuk udang</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menu minuman ada teh panas, es teh, jeruk, milo, cappuccino, kopi hitam, sari kedelai, dan air mineral
<i>Price</i> (Harga)	Rp 19.000/porsi	Rp 23.000/porsi	Rp 15.000/porsi
<i>Place</i> (Lokasi)	<ul style="list-style-type: none"> - Lokasi strategis berada di tengah kota tepatnya di pojokan antara jalan Dhoho dan jalan Monginsidi 	<ul style="list-style-type: none"> - Lokasi kurang strategis karena masuk gang kecil dan berada di persimpangan jalan - Buka pukul 07.00 – 17.30 	<ul style="list-style-type: none"> - Lokasi strategis berada dipinggir jalan Singosari - Buka pukul 07.00 – 20.00 - Arsitektur bangunan semi modern

	<ul style="list-style-type: none"> - Buka pukul 07.00 – 20.30 - Lokasi dekat dengan pusat keramaian dan perbelanjaan - Arsitektur bangunan khas tempo dulu - Di bagian eksterior, bangunan bercat warna kuning cerah dikombinasi warna putih yang memberi kesan ruangan luas, bersih, cerah dan nyaman - Di bagian interior, permukaan tembok keramik warna kuning muda sehingga terkesan lebih elegan - Pilar bangunan dan tirai menggunakan warna kuning - Terdapat meja dan kursi kayu panjang yang tersusun rapi - Pintu dan jendela kayu lipat berukuran besar membuat sirkulasi udara lancar - Terdapat banyak 	<ul style="list-style-type: none"> - Arsitektur bangunan semi modern - Di bagian depan terdapat papan nama yang besar dan pintu besi lipat berwarna putih - Ruang terbuka, bercat putih, berkeramik lantai coklat sehingga membuat terkesan bersih, luas serta nyaman - Terdapat meja dan kursi yang tertata rapi dan terpisah - Di atas setiap meja disediakan toples kerupuk, botol kecap, sambal dan kotak tisu - Di bagian pinggir ada etalase aneka jajanan lokal dan minuman 	<ul style="list-style-type: none"> - Ruang berada di lantai 1, luas dan bercat warna putih dengan lantai berkeramik putih serta pilar berwarna kuning muda - Pintu terbuat dari kayu yang didepan pintu diberi tirai bertuliskan logo Soto Manten dan jendela kaca dilengkapi tirai berwarna oren - Terdapat meja kayu dan kursi plastik seperti di hajatan disusun dengan rapi - Di beberapa bagian sisi dinding terdapat kumpulan kalender - Di atas meja disediakan kotak tisu, botol kecap dan sambal kecap
--	---	--	--

	kalender besar digantung mengelilingi dinding - Etalase makanan dan minuman berbahan kayu terletak di atas meja - Tempat kerupuk jadul berupa toples kaca berukuran besar berbentuk tabung tersusun rapi di atas meja		
<i>Promotion</i> (Promosi)	- Menggunakan media sosial - Aplikasi pemesanan makanan online - Iklan televisi - Website - Promosi dari mulut ke mulut (Word of Mouth)	- Menggunakan media sosial - Website - Promosi dari mulut ke mulut (Word of Mouth)	- Menggunakan media sosial - Aplikasi pemesanan makanan online - Promosi dari mulut ke mulut (Word of Mouth)

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2022

Dari tabel 1.3 menunjukkan perbedaan tiga tempat soto ayam tersebut berdasarkan pada 4P yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Soto Podjok Kota Kediri memiliki beberapa keunggulan yaitu pada produk, lokasi dan promosinya yang lebih banyak. Sedangkan dari harga Soto Podjok lebih mahal dari Soto Manten dan lebih murah dari Soto Pakelan. Maka

berdasarkan hasil dari tabel 1.1, 1.2 dan 1.3 penulis memilih Soto Podjok Kota Kediri sebagai lokasi penelitian.

Soto Podjok merupakan salah satu kuliner unggul dan terkenal di Kota Kediri. Soto ini cukup terkenal dan menjadi langganan kalangan para wisatawan, pejabat hingga artis ibu kota. Tak ketinggalan pula para *influencer* seperti selegram, youtuber dan blogger. Menurut mereka tidak lengkap rasanya kalau sudah berkunjung ke Kota Kediri tidak menikmati kelezatan Soto Podjok terlebih dahulu. Lokasinya terletak di persimpangan perempatan jalan antara jalan Dhoho dan Jalan Monginsidi tepatnya di Jalan Dhoho No. 146 Setono Gedong, Kecamatan Kota, Kota Kediri. Lokasinya yang persis di pojokan perempatan Jalan, membuatnya dinamai Soto Podjok.

Soto Podjok telah berdiri sejak tahun 1926 sehingga dijuluki sebagai kuliner legendaris dari Kota Kediri. Soto Podjok banyak menyimpan memori panjang lantaran sudah beroperasi sejak zaman kolonial. Hal ini didukung dengan desain interior dan eksterior bangunan yang khas arsitektur jaman dulu. Suasana di dalamnya pun membuat pengunjung bernostalgia. Pintu dan jendela berukuran besar yang membuat sirkulasi udara lancar, tirai kain berwarna krem dan di dinding ruangan terdapat kalender, foto, menu makanan, dan jam dinding khas suasana jaman dulu. Meja dan kursi panjang ditata rapi, rak botol minuman dari kayu, toples-toples kerupuk yang berukuran besar, hingga etalase makanan yang terbuat dari kayu untuk menyimpan lauk pauk. Tempatnya cukup mungil namun memiliki nilai historis yang membuatnya istimewa dan berharga.

Berikut ini data penjualan Soto Podjok Kota Kediri selama periode tahun 2022:

Tabel 1.4

Data Penjualan Soto Podjok Kota Kediri Periode Tahun 2022

No	Bulan	Omset Penjualan
1	Januari	Rp 70.265.500,00
2	Februari	Rp 74.008.000,00
3	Maret	Rp 80.000.000,00
4	April	Rp 60.000.000,00
5	Mei	Rp 91.575.500,00
6	Juni	Rp 94.725.000,00
7	Juli	Rp 98.858.000,00
8	Agustus	Rp 102.240.000,00
9	September	Rp 98.267.000,00
10	Oktober	Rp 101.115.000,00
11	November	Rp 97.893.000,00
12	Desember	Rp 103.217.000,00

Sumber: Co. Owner Soto Podjok Kota Kediri

Dari tabel 1.4 diketahui data penjualan Soto Podjok Kota Kediri selama periode tahun 2022 mengalami fluktuatif. Naik turunnya omset penjualan ini merupakan hal yang wajar dalam suatu usaha. Hal ini juga dipengaruhi karena diberlakukannya PPKM dalam masa pandemi Covid-19 sehingga penjualan jadi kurang maksimal. Pada bulan April terjadi penurunan yang cukup besar hal ini karena bertepatan dengan bulan puasa sehingga daya beli konsumen cenderung menurun. Selain itu mayoritas pembeli hanya datang di waktu pagi (sahur) dan ketika berbuka. Namun pada bulan berikutnya (Mei), omset penjualan kembali naik dan jam operasional kembali normal. Dalam hal ini Soto Podjok tidak berfokus pada hal tersebut melainkan pada siklus penjualan dalam jangka waktu panjang yaitu bagaimana mempertahankan minat konsumen untuk membeli dan membuatnya melakukan pembelian

ulang serta membuat konsumen dengan sukarela merekomendasikannya pada orang lain.

Adapun berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti pada tanggal 21-23 Juni 2022 dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang membeli di Soto Podjok Kota Kediri menggunakan responden kecil sebagai sampel sementara untuk mengetahui alasan konsumen memutuskan melakukan pembelian di Soto Podjok Kota Kediri. Hasil yang didapatkan sebagai berikut:

Tabel 1.5

**Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Konsumen
Melakukan Pembelian di Soto Podjok Kota Kediri**

No	Kategori Jawaban		Frekuensi
1	Faktor-faktor Kebudayaan	Budaya	1
		Sub Budaya	0
		Kelas Sosial	0
2	Faktor-faktor Sosial	Kelompok Referensi	9
		Keluarga	4
		Peranan dan Status Sosial	3
3	Faktor-faktor Pribadi	Usia dan Tahap Daur Hidup	0
		Pekerjaan	2
		Keadaan Ekonomi	2
		Gaya Hidup	1
		Kepribadian dan Konsep Diri	0
4	Faktor-faktor Psikologis	Motivasi	5
		Persepsi	22
		Belajar	0
		Kepercayaan dan Sikap	1
	Jumlah		50

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2022

Dari tabel 1.4 menunjukkan alasan konsumen memutuskan melakukan pembelian di Soto Podjok Kota Kediri didominasi oleh faktor persepsi dengan perolehan sebanyak 22 responden. Sedangkan faktor lainnya seperti budaya mendapat perolehan 1 responden, kelompok referensi 9 responden, keluarga 4 responden, peranan dan status sosial 3 responden, pekerjaan 2 responden, keadaan ekonomi 2 responden, gaya hidup 1 responden, motivasi 5 responden, kepercayaan dan sikap 1 responden.

Persepsi menurut pendapat Kotler dan Keller adalah tahapan dalam menyeleksi, mengelola, dan menafsirkan informasi yang masuk guna menciptakan gambaran tentang produk yang akan dibeli.⁵ Persepsi konsumen dapat berasal dari peristiwa yang dialami konsumen di masa lalu. Persepsi setiap konsumen tidaklah sama, ada yang positif atau negatif. Terciptanya persepsi positif pada konsumen akan memberikan kesan dan penilaian benar untuk memutuskan membeli suatu produk.

Alasan konsumen melakukan pembelian di Soto Podjok Kota Kediri karena faktor persepsi. Persepsi konsumen bahwa Soto Podjok merupakan salah satu kuliner legendaris dari Kota Kediri yang sudah ada sejak zaman kolonial tepatnya tahun 1926. Soto ini memiliki rasa soto yang khas. Berbeda dengan kebanyakan soto Jawa Timur yang menggunakan santan untuk menambah gurihnya kuah. Justru, soto ini memiliki kuah bening, gurih, encer, tidak bersantan dan tidak menggunakan koya. Yang menjadi beda dengan soto lainnya adalah bumbunya. Bumbu yang digunakan bukan bumbu yang

⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT Indeks, 2008), 179.

baru dibuat. Melainkan bumbu yang sudah memiliki masa simpan sekitar 6 bulan. Karena bumbu soto mayoritas rempah-rempah semakin lama disimpan akan semakin sedap dan efek rempah-rempahnya makin terasa. Saat menggoreng bumbunya pun menggunakan minyak ayam sehingga gurihnya ayam ikut merasuk di bumbunya. Dari sisi penyajian, soto ini disajikan dalam mangkok yang unik bagian bawahnya kecil dan bagian atas mangkok berbentuk lebar. Nasi pun dikumpulkan di satu sudut mangkok sehingga terkesan dibagian “pojok”. Diatas nasi ditaburi suwiran ayam kampung, seledri, kecambah, bawang goreng dan sambal lalu disiram dengan kuah soto yang panas.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Soto Podjok Kota Kediri)”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap Soto Podjok Kota Kediri?
2. Bagaimana keputusan pembelian konsumen terhadap Soto Podjok Kota Kediri?
3. Bagaimana pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian Soto Podjok Kota Kediri?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap Soto Podjok Kota Kediri.

2. Untuk mengetahui keputusan pembelian konsumen terhadap Soto Podjok Kota Kediri
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian Soto Podjok Kota Kediri

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Penelitian ini merupakan syarat guna memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri dan untuk menambah ilmu pengetahuan serta wawasan baru bagi peneliti.

2. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi atau sumber informasi bagi pembaca dan dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian sejenis di masa yang akan datang.

3. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam menentukan langkah dan kebijakan bagi perusahaan terkait kualitas produk dan kepuasan konsumen,

E. Telaah Pustaka

1. Penelitian terdahulu oleh Dewa Prayudi Setira, dengan judul Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Dalam Pembelian

Kopi Arabika (*Coffea arabica L.*) di Coffe Shop Kota Tarakan (Studi Kasus: D'Boss Caffé, Mr. Fuji dan Mallabar).⁶ Dalam penelitian ini didapatkan hasil bahwa persepsi berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikasinya $0,000 < 0,05$. Persamaan dengan penelitian ini yaitu pada variabel X, Y dan menggunakan metode kuantitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang diteliti.

2. Penelitian terdahulu oleh Herlina Ratu Belia yang berjudul Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian Indomie (Studi Pada Konsumen Warunk Upnormal Kediri).⁷ Hasil penelitian ini menemukan bahwa variabel persepsi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Indomie di Warunk Upnormal Kediri dengan koefisien korelasinya nilai $t_{hitung} (5,280) > t_{tabel} (1,669)$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Persamaan dengan penelitian ini yaitu pada variabel X, Y dan menggunakan metode kuantitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang diteliti.
3. Penelitian terdahulu oleh Ayu Putri Laili dengan judul Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian Mi Instan Merek Mie Sedaap (Studi Pada Mahasiswa IAIN Kediri Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2019).⁸ Dalam

⁶ Dewa Prayudi Setira, "Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Dalam Pembelian Kopi Arabika (*Coffea arabica L.*) Di Coffe Shop Kota Tarakan (Studi Kasus: D'Boss Caffé, Mr. Fuji dan Mallabar Coffé)", (Skripsi, Universitas Borneo Tarakan, 2019).

⁷ Herlina Ratu Belia, "Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian Indomie (Studi Pada Konsumen Warunk Upnormal Kediri)", (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2021).

⁸ Ayu Putri Laili, "Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian Mi Instan Merek Mie Sedaap (Studi Pada Mahasiswa IAIN Kediri Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2019)", (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2022).

penelitian ini, persepsi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini terlihat dari hasil uji $t_{hitung} (9,143) > t_{tabel} (1,659)$, dan signifikan $(0,000) < (0,005)$. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada variabel X_2 , Y dan metode kuantitatif. Perbedaannya yaitu pada variabel X_1 dan objek penelitian.

4. Jurnal Ilmiah Sultanist oleh Dede Syahputro dengan judul Pengaruh Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada CV. Harmoni Lestari Pematangsiantar.⁹ Pada penelitian ini diperoleh hasil berdasarkan uji t dengan $t_{hitung} (5,169) > t_{tabel} (2,069)$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,5$ maka ada pengaruh positif dan signifikan persepsi terhadap keputusan pembelian pada CV. Harmoni Lestari Pematangsiantar. Persamaan pada penelitian ini yaitu terletak pada variabel X, Y dan metode kuantitatif. Perbedaannya yaitu pada objek penelitian.
5. Jurnal Riset Manajemen oleh Muhamad Fajar Maulana, Nawangsih, dan Riza Bahtiar Sulistyan dengan judul Pengaruh Persepsi Konsumen dan Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana IM3¹⁰. Berdasarkan hasil uji F diketahui $F_{hitung} (4,813)$ dibandingkan dengan nilai $F_{tabel} (3,22)$. Dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa persepsi konsumen dan motivasi konsumen secara silmutan dan signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu Perdana IM3.

⁹ Dede Syahputro, "Pengaruh Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada CV. Harmoni Lestari Pematangsiantar" (Jurnal Sultanist, Volume 3, Nomor 1, Juni 2015).

¹⁰ Muhamad Fajar Maulana, Nawangsih, dan Riza Bahtiar Sulistyan, "Pengaruh Persepsi Konsumen dan Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana IM3" (Jurnal Riset Manajemen, Volume 2, Nomor 1, Maret 2019).

Persamaan dengan penelitian ini terletak pada variabel X_1 , Y dan metode kuantitatif. Perbedaannya ada pada variabel X_2 dan objek yang diteliti.

F. Hipotesis Penelitian

Menurut Arikunto, hipotesis adalah jawaban tidak tetap terhadap sebuah masalah yang diteliti guna memberikan gambaran hubungan antar variabel. Hipotesis masih bersifat dugaan, lemah dan sementara.¹¹ Berikut hipotesis pada penelitian ini:

1. H_a : Ada pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian Soto Podjok Kota Kediri
2. H_o : Tidak ada pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian Soto Podjok Kota Kediri

¹¹ Muslich Ansori dan Sri Iswati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Surabaya: Airlangga University Press, 2017), 46.