

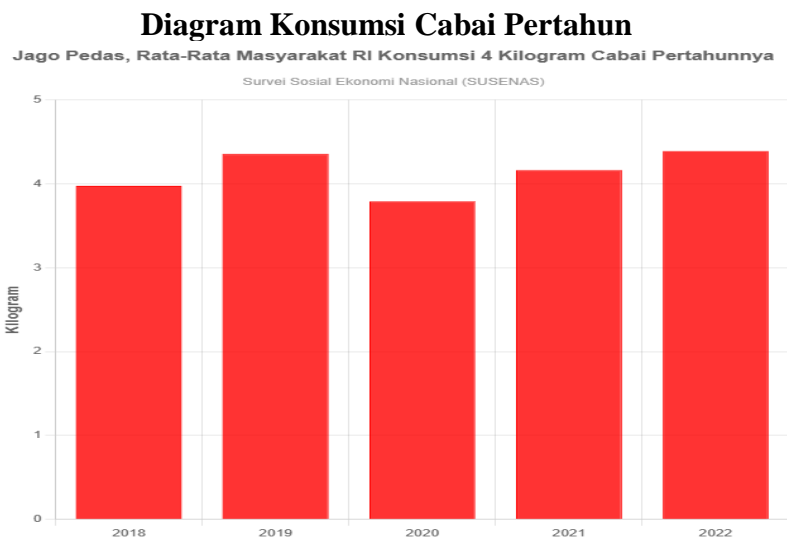
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Makanan pedas merupakan makanan warga Indonesia. Sebagai negara yang termasuk di kawasan Asia Tenggara, makanan-makanan asli Indonesia umumnya mempunyai komponen cabai dalam bumbu makanannya. Sehingga, konsumsi cabai di kalangan masyarakat tanah air naik tinggi.

Gambar 1.1



Sumber : SUSENAS, 2022.

Hasil tersebut harusnya dapat dilihat dari terbitnya Survei Sosial Ekonomi Nasional (*SUSENAS*) didalam buku Statistik Konsumsi Pangan Tahun 2022 yang didistribusikan oleh Kementerian Pertanian RI. Berdasarkan data tersebut, pada tahun 2022, masyarakat Indonesia mengkonsumsi cabai dengan jumlah yang besar, yakni 4,388 kilogram per kapita pertahunnya. Dibandingkan dari tahun-tahun sebelumnya peningkatan ini dipandang sangat tajam. Pada tahun 2018,

masyarakat Indonesia mengkonsumsi cabai berada di angka 3,976 kilogram per kapita pertahunnya. Pada tahun 2019, konsumsi cabai mencapai 4,354 kilogram per kapita pertahunnya. Pandemi Covid-19 adalah momen yang menentukan dalam perluasan pemanfaatan cabai di tanah air. Pada tahun 2020, mengalami penurunan konsumsi cabai menjadi 3,789 kilogram per kapita pertahunnya. Meski begitu, pada tahun 2021 dan 2022 angkanya akan terus melonjak seperti yang telah disampaikan sebelumnya.¹

Kota Mojokerto mengalami peningkatan jumlah UMKM di Kota Mojokerto dibandingkan tahun sebelumnya. Berdasarkan data Sensus Ekonomi 2016 dan SUTAS 2018 menyebut jumlah UMKM di Kota Mojokerto sebanyak 18.995 yang mencakup pertanian, pertambangan, industri pengolahan, pengadaan listrik dan gas, air, konstruksi, perdagangan, transportasi, penyediaan akomodasi makan minum, informasi dan komunikasi, jasa keuangan dan asuransi, real estate, pendidikan, kesehatan dan jasa lainnya.

Tabel 1.2
Jumlah UMKM Kota Mojokerto

Tahun	Jumlah UMKM (Unit)
2018	3460
2019	3527
2020	2413
2021	4303
2022	4428

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Kota Mojokerto, 2022

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas pada tahun 2018 jumlah UMKM yang terdaftar di kota Mojokerto sejumlah 3.460. Pada tahun 2019 pertumbuhan

¹ Pierre Rainer, “[https://data.goodstats.id/statistic/pierrerainer/Jago Pedas-Rata-Rata Masyarakat-Ri-Konsumsi-4-Kilogram-Cabai-Pertahunnya-wWTr9](https://data.goodstats.id/statistic/pierrerainer/Jago%20Pedas-Rata-Rata%20Masyarakat-Ri-Konsumsi-4-Kilogram-Cabai-Pertahunnya-wWTr9),” 2024.

UMKM di Kota Mojokerto yang masih bertahan melonjak menjadi 3.527. Pertumbuhan UMKM di kota Mojokerto sempat mengalami musibah pada tahun 2020 dengan datangnya pandemic, yang menyebabkan pemilik UMKM di tanah air harus menutup usahanya dan gulung tikar. Sehingga angka pemilik UMKM yang masih berjalan mengalami penurunan yang drastis menjadi 2.413. pada tahun 2021 mencapai 4.303 dan pada tahun 2022 mencapai 4.428 yang telah memenuhi persyaratan izin usaha.

Berdasarkan data dari Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Tenaga Kerja Kota Mojokerto pada tahun 2022 jumlah UMKM di bidang kuliner berada di tingkat pertama dengan jumlah mencapai 2.468 pada usaha jenis usaha mikro, sebanyak 52 pada usaha jenis usaha kecil, dan sebanyak 7 pada usaha jenis usaha menengah. Menandakan bahwa usaha di bidang kuliner yakni usaha yang diminati baik pengusaha maupun konsumen di Kota Mojokerto.²

Trowulan adalah wilayah yang ditunjuk sebagai Kawasan Pariwisata Nasional dan Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) sebagai wisata budaya dan sejarah. Sebagai daerah kawasan yang fenomenal jika dilihat dari latar belakang sejarah perkembangan Indonesia, Trowulan menyimpan segudang kekayaan budaya yang bisa ditelusuri secara mendalam, baik kekayaan budaya yang berwujud maupun kekayaan budaya yang tidak berwujud.³ Seperti adanya kolam segaran bekas peninggalan kerajaan Majapahit. Pada saat itu, kebetulan kolam segaran surut. Banyak warga termasuk Cak Mat dan istrinya mengambil ikan di dalam kolam segaran. Mayoritas warga mengambil ikan berukuran besar. Namun,

² Farah Adelia Widyaswari, "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Di Mixue (Studi kasus gerai mixue Mojokerto)," *Proposal* (Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur Surabaya, 2024), 2–3.

³ Ahmad Syahid Abdullah dan Baroto Tavip Indrojarwo, "Perancangan Destination Branding Kawasan Cagar Budaya Trowulan sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness," n.d., 304.

Cak Mat dan istrinya lebih memilih ikan wader untuk tambahan lauk pauk. Tak disangka, ternyata olahan sambal wader begitu diminati hingga saat ini. Dulu hanya saya yang jualan sambal wader di sini. Sekarang semuanya jualan sambal wader. Jadi, banyak usaha UMKM secara bertahap juga membuka warung-warung sambal wader disekitar kolam segaran.

Dengan adanya kawasan pariwisata tersebut memberikan peluang untuk pebisnis atau pengusaha memanfaatkan lahan barunya untuk membuka usaha. Karena di zaman modern saat ini banyak pesaing dalam menjalankan sebuah bisnis kita harus mampu memberikan inovasi baru terhadap produk yang akan kita pasarkan selain produk yang dapat diminati masyarakat dan harga dari produk itu sendiri. Bagaimana pembisnis mampu memberikan harga yang berbeda kepada masyarakat sehingga menarik perhatian konsumen. Mengingat kondisi tersebut keberadaan warung Sambal Wader di Kabupaten Mojokerto telah menjamur dengan menawarkan harga yang berbeda. Hal ini terutama dapat dilihat secara khusus di desa Trowulan dimana terdapat beberapa warung Sambal Wader. Hal ini juga dapat dilihat secara khusus terutama di Desa Trowulan yang dimana terdapat beberapa warung Sambal Wader.⁴

Seperti halnya di Desa Trowulan dari Kecamatan Trowulan yang terletak di Kabupaten Mojokerto Provinsi Jawa Timur. Desa Trowulan terdapat banyak potensi wisata situs Trowulan dan juga potensi ekonomi kreatif di dalamnya. Sehingga menjadi peluang masyarakat untuk memanfaatkan lahan untuk berbisnis.

⁴ Wawancara Dengan Owner di Warung Sambal Wader & Botok Cak Mat, Pada tanggal 14 Januari 2024.

Desa Trowulan terdapat warung yang menghadirkan produk yang sama yaitu Sambal Wader. Hal ini dapat dilihat dari jumlah Sambal Wader yang ada di Mojokerto sebagai berikut:

Tabel 1.3

Daftar Bisnis Sambal Wader di Mojokerto

No	Nama Bisnis	Tahun Berdiri
1.	Warung Wader Bu Tin	1990
2.	Sambal Wader Bu Sri	1992
3.	Sambal Wader & Botok Cak Mat	1992
4.	Warung Fitri Raharjo	1998
5.	Warung Raharjo	1998
6.	Nasi Wader Yuk Tun	2003
7.	Sambal Wader Bu Win	2005
8.	Sambal Wader & Kikil Bu Yaroh	2009
9.	Warung Lesehan Sambal Wader Bu Hadak	2020

Sumber: Data hasil observasi Sambal Wader di Mojokerto (pada tanggal 14 Januari 2024)

Dari tabel 1.2 di atas, terdapat 9 usaha yang menjual produk Sambal Wader di Mojokerto beserta tahun berdirinya. Di antara ada Warung Wader Bu Tin yang berdiri pada tahun 1990, Sambal Wader Bu Sri berdiri tahun 1992, Sambal Wader & Botok Cak Mat berdiri tahun 1992, Warung Fitri Raharjo berdiri tahun 1998, Warung Raharjo berdiri tahun 1998, Nasi Wader Yuk Tun berdiri tahun 2003, Sambal Wader Bu Win berdiri tahun 2003, Sambal Wader Bu Win berdiri tahun 2005, Sambal Wader & Kikil Bu Yaroh berdiri tahun 2009, Warung Lesehan Sambal Wader Bu Hadak berdiri tahun 2020. Dari 9 Warung Sambal Wader tersebut peneliti melakukan perbandingan pada 3 usaha yang berdiri paling lama dan yang paling ramai pembeli seperti Warung Sambal Wader Bu Tin, Sambal Wader Bu Sri, Sambal Wader & Botok Cak Mat. Peneliti memilih usaha

yang paling lama berdiri karena diasumsikan usaha tersebut mampu bersaing dengan usaha sejenis, sehingga dapat bertahan lama sampai saat ini. Dari hasil observasi yang peneliti lakukan pada tanggal 14 Januari 2024 diperoleh data sebagai berikut:⁵

Tabel 1.4
Perbandingan Antara Warung Wader Bu Tin, Sambal Wader Bu Sri, Sambal Wader & Botok Cak Mat

Perbandingan	Warung Wader Bu Tin	Sambal Wader Bu Sri	Sambal Wader & Botok Cak Mat
Produk	1. Makanan -Sambal Wader -Sambal Mujaer -Sambal Lele -Sambal Udang -Sambal Ayam -Sambal Belut 2. Botok -Botok Udang -Botok Lele -Botok Jantung Pisang 3. Minuman -Es Teh -Es Jeruk -Kopi	1. Makanan -Sambal Wader -Sambal Ayam -Sambal Lele -Sambal Belut 2. Minuman -Es Teh -Es Jeruk -Es Oyen -Kopi	1. Makanan -Sambal Wader -Sambal Lele -Sambal Mujaer -Sambal Belut -Sambal Bebek -Sambal Udang -Sambal Ayam -Cumi Bakar -Rica-rica Bebek -Kari Kepiting 2. Sayur -Sayur Asem -Sayur Bening -Sop Iga -Lodeh -Kare 3. Botok -Botok Udang -Botok Tahu Tempe -Botok Jantung Pisang -Botok Luntas 4. Minuman -Es Teh -Kopi Susu -Kopi Hitam -Es Jeruk -Jus Alpukat -Jus Mangga -Jus Sirsak

⁵ Wawancara Dengan Owner di Warung Sambal Wader & Botok Cak Mat, Pada tanggal 14 Januari 2024.

<p>Harga</p>	<p>1. Makanan -Sambal Wader,Sambal Lele Rp. 20.000 -Sambal Mujaer, Sambal Udang Rp. 23.000 -Sambal Ayam Rp. 20.000 -Sambal Belut Rp. 25.000 2. Botok -Botok Udang, Botok Lele Rp. 7.000 -Botok Jantung Pisang Rp. 4.000 3. Minuman -Es Teh Es Jeruk, Kopi Rp. 4.000</p>	<p>1. Makanan -Sambal Wader Rp. 15.000 -Sambal Ayam, Sambal Lele Rp. 20.000 -Sambal Belut Rp. 25.000 2. Minuman -Es Teh, Es Jeruk, Kopi Rp. 3.000 -Es Oyen Rp. 5.000</p>	<p>1. Makanan -Sambal Wader, Sambal Lele Rp. 17.000 -Sambal Mujaer Rp. 30.000 -Sambal Belut Rp. 20.000 -Sambal Bebek, Sambal Udang, Sambal Ayam, Rica-rica Bebek, Cumi Bakar Rp. 20.000 -Kari Kepiting Rp. 40.000 2. Sayur -Sayur Asem, Sayur Bening Rp. 3.000 -Lodeh Rp. 5.000 3. Botok -Botok Udang, Botok Tahu Tempe, Botok Jantung Pisang, Botok Luntas Rp. 5.000 4. Minuman -Es Teh, Kopi Susu, Kopi Hitam Rp. 4.000 -Es Jeruk Rp. 5.000 -Jus Alpukat, Jus Mangga, Jus Sirsak Rp. 8.000</p>
<p>Promosi</p>	<p>1. Spanduk 2. Menjalankan promosi dari mulut ke mulut 3. Melayani pesanan</p>	<p>1. Spanduk 2. Menjalankan promosi dari mulut ke mulut 3. Melayani pesanan</p>	<p>1. Spanduk 2. Menjalankan Promosi dari mulut ke mulut 3. Memakai media sosial instagram 4. Melayani pesanan</p>
<p>Lokasi</p>	<p>-Jl. Pendopo Agung, Rt. 03/Rw. 01, Nglinguk, Trowulan, Kec. Trowulan, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur 61362 -Hari dan jam</p>	<p>-Jl. Pendopo Agung, Rt. 01/Rw. 01, Nglinguk, Trowulan, Kec. Trowulan, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur 61362 -Hari dan jam operasional: Senin,</p>	<p>-Jl. Pendopo Agung, Rt. 02/Rw. 01, Nglinguk, Trowulan, Kec. Trowulan, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur 61362 -Hari dan jam operasional: Senin-minggu: 08.30-17.00 WIB</p>

	operasional: Senin-Minggu: 08.30-17.00 WIB -Tempatnya kurang strategis karena masuk gang -Terdapat penjaga parkir -Terdapat kamar mandi	selasa, rabu, kamis, sabtu, minggu: 07.00-23.00 WIB -Hari jum'at: Libur -Tempatnya kurang bersih karena dekat dengan sungai -Terdapat kamar mandi	-Tempatnya strategis dan luas -Terdapat penjaga parkir -Terdapat tempat parkir yang luas -Terdapat kamar mandi dan musholla
Pendapatan rata-rata perhari	Rp. 2.000.000	Rp. 500.000	Rp. 4.000.000

Sumber: Data hasil observasi di Warung Wader Bu Tin, Sambal Wader Bu Sri, Sambal Wader & Botok Cak Mat (2024)

Berdasarkan perbandingan tabel 1.3 di atas, dapat dipahami beberapa keunggulan pada masing-masing warung. Pertama dari segi produk, lebih unggul Sambal Wader & Botok Cak Mat Mojokerto karena memiliki lebih banyak variasi menu. Produk yang ditawarkan tersebut bisa dipilih oleh konsumen sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Dari segi harga Sambal Wader & Botok Cak Mat Mojokerto lebih unggul dengan harga makanan mulai dari Rp. 17.000. Sehingga dengan harga terjangkau tersebut dapat menarik minat pembeli. Dari segi promosi, dari 3 warung tersebut Sambal Wader & Botok Cak Mat lebih unggul karena memiliki banyak promosi. Sehingga mendatangkan banyak pelanggan. Dari segi lokasi, Warung Sambal Wader & Botok Cak Mat Mojokerto memiliki area parkir yang luas untuk kendaraan, fasilitas lebih banyak mulai kamar mandi sampai musholla. Dan di Sambal Wader & Botok Cak Mat memiliki jam operasional senin-minggu buka dari jam 08.30 pagi-17.00 sore dengan pendapatan Rp. 4.000.000. Karena di Warung Sambal Wader & Botok Cak Mat buka setiap hari. Apabila hari weekend pendapatan bisa lebih dari Rp 4.000.000. Hal tersebut

menunjukkan bahwa Sambal Wader & Botok Cak Mat mampu memenangkan persaingan dengan kompetitor.⁶

Dalam upaya mempertahankan dan mengembangkan suatu usaha, penting bagi perusahaan untuk merumuskan strategi yang efektif agar dapat memperhatikan berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Menurut teori *marketing mix* yang dikembangkan oleh Kotler dan Keller, terdapat beberapa yang perlu diperhatikan diantaranya produk, harga, promosi, dan lokasi.⁷ Produk adalah barang atau jasa yang ditawarkan di pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Harga merujuk pada nilai moneter atau ukuran lain yang digunakan sebagai pertukaran untuk memperoleh hak kepemilikan atas barang atau jasa tersebut. Promosi mencakup aktivitas yang dilakukan untuk mengkomunikasikan manfaat produk kepada konsumen guna menarik perhatian dan minat mereka. Lokasi adalah tempat dimana produk perusahaan tersedia bagi konsumen. Dengan memahami faktor-faktor yang mendorong keputusan pembelian konsumen, perusahaan dapat lebih mudah mengembangkan dan menyesuaikan strategi bisnisnya untuk meningkatkan keberhasilan usahanya.⁸

Menurut Kotler dan Keller, produk mencakup segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan, yang meliputi barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi,

⁶ Wawancara Dengan Owner di Warung Sambal Wader & Botok Cak Mat, Pada tanggal 14 Januari 2024.

⁷ Philip Kotler dan Garry Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 8 (Jakarta: Erlangga, 2001), 200.

⁸ Philip Kotler dan Garry Amstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 1 (Jakarta: Prehalindo, 2001).

informasi dan ide.⁹ Secara konseptual produk merupakan pemahaman yang subyektif dari produsen tentang sesuatu yang biasanya ditawarkan untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan mempertimbangkan kompetensi dan kapasitas organisasi dalam hal daya beli pasar. Selain itu produk juga dapat dipahami sebagai cara produsen memanifestasikan persepsi konsumen melalui hasil produksi mereka. Produk memiliki signifikansi besar bagi konsumen dan mempengaruhi proses pengambilan keputusan mereka.

Harga merupakan salah satu elemen termudah dalam program pemasaran yang paling mudah disesuaikan untuk fitur produk, saluran, bahkan komunikasi membutuhkan waktu lebih lama untuk disesuaikan. Harga juga berfungsi sebagai cara untuk mengkomunikasikan positioning nilai yang diinginkan dari produk atau merek perusahaan ke pasar. Produk dirancang dan dipasarkan dengan baik dapat dijual dengan harga tinggi yang berpotensi menghasilkan laba besar. Menurut Fandy Tjiptono menjelaskan bahwa harga adalah jumlah uang atau aspek lain yang mencakup utilitas atau manfaat tertentu yang diperlukan untuk memperoleh suatu produk.¹⁰ Menetapkan harga tidaklah mudah, karena banyak faktor yang harus dipertimbangkan. Penetapan harga yang rendah dapat meningkatkan permintaan produk, sedangkan harga yang tinggi dapat menurunkan permintaan. Oleh karena itu, penetapan harga yang tepat sangat penting untuk menarik perhatian konsumen dan harus didasarkan pada tujuan dan fungsi produk yang akan diberi harga.

⁹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management Edisi Ke-15* (Jakarta: Person Education Limited, 2016), 54.

¹⁰ Fandy Tjiptono, *Strategi Pasar* (Yogyakarta, 2002).

Keputusan pembelian adalah suatu tindakan yang berkaitan dengan konsumsi produk dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen. Keputusan pembelian memberikan manfaat bagi perusahaan baik dalam konteks produk maupun jasa. Dengan demikian, penting bagi perusahaan untuk memahami dan menggali wawasan mengenai faktor-faktor dalam bauran pemasaran yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian, karena hal ini sangat penting untuk strategi pemasaran yang efektif.

Dan adanya warung tersebut dapat membantu menurunkan pengangguran dan bisa mendukung menaikkan perekonomian karyawan. Bersumber pada penelitian yang dilakukan peneliti diperoleh fakta dari responden tentang sebab mengambil produk sambal wader di Warung Sambal Wader & Botok Cak Mat Mojokerto berikut:

Tabel 1.5

Alasan Konsumen Membeli Produk di Usaha Sambal Wader & Botok Cak Mat di Desa Trowulan

Alasan Pembelian Produk	Jumlah
Produk	16
Harga	17
Tempat	4
Promosi	3
Total	40 Responden

Sumber: Hasil Observasi di Warung Sambal Wader & Botok Cak Mat (2024)

Berdasarkan data di atas, peneliti melakukan observasi terhadap 40 responden dan melakukan pengelompokan alasan dari konsumen membeli produk di Warung Sambal Wader & Botok Cak Mat. Dapat dibuktikan dari tabel 1.5 di atas bahwasannya ada 16 responden yang memilih produk karena banyaknya menu yang dapat dipilih, ada harga yang memilih 17 responden karena harga yang

ditawarkan berbeda dengan pesaing lainnya yaitu mulai dari Rp. 17.000. Sehingga bisa disimpulkan bersumber pada teori *Marketing Mix* “4P” banyak pelanggan yang memesan akibat produk dan harga.

Berasal dari penjelasan sebelumnya kondisi terbilang mengangkat untuk dikaji ulang serta menggunakan tema observasi terhadap **“PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Warung Sambal Wader & Botok Cak Mat Kecamatan Trowulan Mojokerto)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dapat diambil sebagai berikut:

1. Bagaimana produk di Warung Sambal Wader & Botok Cak Mat Kecamatan Trowulan Mojokerto?
2. Bagaimana harga di Warung Sambal Wader & Botok Cak Mat Kecamatan Trowulan Mojokerto?
3. Bagaimana keputusan pembelian di Warung Sambal Wader & Botok Cak Mat Kecamatan Trowulan Mojokerto?
4. Bagaimana pengaruh produk terhadap keputusan pembelian di Warung Sambal Wader & Botok Cak Mat Kecamatan Trowulan Mojokerto?
5. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Warung Sambal Wader & Botok Cak Mat Kecamatan Trowulan Mojokerto?
6. Bagaimana pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian di Warung Sambal Wader & Botok Cak Mat Kecamatan Trowulan Mojokerto?

C. Tujuan Penelitian

Kesimpulan persoalan diatas dapat diketahui bahwa maksud dari observasi ini yaitu:

1. Untuk menganalisis produk di Warung Sambal Wader & Botok Cak Mat Kecamatan Trowulan Mojokerto.
2. Untuk menganalisis harga di Warung Sambal Wader & Botok Cak Mat Kecamatan Trowulan Mojokerto.
3. Untuk menganalisis keputusan pembelian di Warung Sambal Wader & Botok Cak Mat Kecamatan Trowulan Mojokerto.
4. Untuk menganalisis pengaruh produk terhadap keputusan pembelian di Warung Sambal Wader & Botok Cak Mat Kecamatan Trowulan Mojokerto.
5. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Warung Sambal Wader & Botok Cak Mat Kecamatan Trowulan Mojokerto.
6. Untuk menganalisis pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian di Warung Sambal Wader & Botok Cak Mat Kecamatan Trowulan Mojokerto.

D. Manfaat Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Hasil observasi ini diharapkan bisa memberikan pengetahuan mengenai hubungan antar variabel produk maupun harga terhadap keputusan pembelian.

2. Penggunaan Praktis

- a. Untuk Penulis

Hasil observasi ini diharapkan bisa menambah ilmu yang telah diperoleh selama proses belajar di perkuliahan.

b. Untuk Perusahaan

Hasil observasi ini diharapkan bisa menjadi informasi bagi Warung Sambal Wader & Botok Cak Mat Kecamatan Trowulan Mojokerto dalam meningkatkan dan mengembangkan usahanya.

c. Untuk Akademisi

Hasil observasi ini diharapkan bisa memberikan fakta yang berguna dan dapat mengembangkan pemahaman terkait keputusan pembelian.

E. Telaah Pustaka

1. “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Paket Whitening Ms Glow (Studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri angkatan 2020)”. Amanda Yesi Agustina (2023).¹¹ Mahasiswi IAIN Kediri. Observasi ini memakai jenis penelitian kuantitatif. Hasil observasi membuktikan terdapat pengaruh antara kualitas produk (X1) serta keputusan pembelian (Y), Harga (X2) serta keputusan pembelian (Y), Kualitas produk (X1) serta harga (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Nilai koefisien regresi dalam variabel kualitas produk (b1) sebesar 0,312 serta variabel harga (b1) sebesar 0,711 memiliki kenaikan variabel kualitas produk sebesar 1% bahwa nilai harga serta keputusan pembelian serentak naik sebesar 3,12% bagi variabel kualitas produk serta 7,11% bagi variabel harga. Persamaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian saat ini adalah sama-sama memakai cara kuantitatif. Faktor *dependen* yang digunakan ialah sama-sama keputusan pembelian. Perbedaannya terletak pada faktor *independen*, yang dipakai observasi

¹¹ Amanda Yesi Agustina, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Whitening Ms Glow (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri Angkatan 2020)” (IAIN Kediri, 2023), 8.

sebelumnya melaksanakan observasi pada Paket Whitening Ms Glow sedangkan penelitian saat ini berada di Warung Sambal Wader & Botok Cak Mat Kecamatan Trowulan Mojokerto.

2. “Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen waroeng spesial sambal ‘SS’ Kediri”. Risna Nur Fadhillah (2022).¹² Mahasiswi IAIN Kediri. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif serta signifikan antara harga dengan keputusan pembelian. Hubungan yang positif serta signifikan antara promosi dengan keputusan pembelian. Faktor harga dengan promosi mempunyai hasil sebesar 57,9% terhadap faktor keputusan pembelian. Persamaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian saat ini adalah sama-sama memakai metode kuantitatif. Faktor *dependen* yang digunakan ialah sama-sama keputusan pembelian. Perbedaannya terletak pada variabel *independen*, yang dipakai penelitian sebelumnya menjalankan observasi diwaroeng spesial sambal ‘SS’ Kediri sedangkan penelitian saat ini berada di Warung Sambal Wader & Botok Cak Mat Kecamatan Trowulan Mojokerto.
3. “Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk elektronik di Erutha Djaya”. Thalia Ruli Putri Ramadani Djaya.¹³ Mahasiswi Universitas Hasanuddin Kota Makassar. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk

¹² Risna Nur Fadhillah, “Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Waroeng Spesial Sambal ‘SS’ Kediri” (IAIN Kediri, 2022), 8.

¹³ Thalia Ruli Putri Ramadani Djaya, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik Di Erutha Djaya,” 2021.

elektronik di Erutha Djaya. Sama halnya dengan kualitas pelayanan yang berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk elektronik di Erutha Djaya. Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah keduanya menggunakan metode kuantitatif. Perbedaannya terletak pada faktor *independent* yang dipakai peneliti sebelumnya mengerjakan penelitian pada produk elektronik di Erutha Djaya sedangkan penelitian saat ini pada Sambal Wader & Botok Cak Mat Kecamatan Trowulan Mojokerto.

4. “Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian kopi kenangan (Survei pada Konsumen di Cipayung Jakarta Timur)”. Halidzah Fira Aini (2021).¹⁴ Mahasiswi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa uji hipotesis secara simultan variabel harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan besar pengaruh berdasarkan analisis koefisien determinasi berganda sebesar 76,7%. Perbandingan observasi terdahulu dengan penelitian saat ini adalah sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Perbedaannya terletak pada faktor *independen* yang digunakan pada observasi sebelumnya yang melakukan penelitian di Kopi Kenangan sedangkan penelitian saat ini di Warung Sambal Wader & Botok Cak Mat Kecamatan Trowulan Mojokerto.
5. “Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (Studi Kasus Pada Pembeli Gula Aren Sawit di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei

¹⁴ Halidzah Fira Aini, “Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan” (2021).

Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut)”. Riau Rahmat Hidayat (2018).¹⁵ Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Hasil pengujian menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada pembeli gula aren sawit di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut. Persamaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian saat ini yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif. Perbedaannya terletak pada faktor *independen*, yang dipakai observasi sebelumnya melaksanakan observasi pada Pembeli Gula Aren Sawit di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut sedangkan penelitian saat ini berada di Warung Sambal Wader & Botok Cak Mat Kecamatan Trowulan Mojokerto.

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah, di mana rumusan masalah observasi telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.¹⁶

1. Hipotesis alternatif (H_a)₁: Terdapat pengaruh antara produk terhadap keputusan pembelian di Warung Sambal Wader & Botok Cak Mat Kecamatan Trowulan Mojokerto.

Hipotesis nol (H_0)₁: Tidak ada pengaruh antara produk terhadap keputusan pembelian di Warung Sambal Wader & Botok Cak Mat Kecamatan Trowulan Mojokerto.

¹⁵ Riau Rahmat Hidayat, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembeli Gula Aren Sawit di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut)” (2018).

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 96.

2. Hipotesis Alternatif (H_a)₂: Terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian di Warung Sambal Wader & Botok Cak Kecamatan Trowulan Mojokerto.

Hipotesis nol (H_0)₂: Tidak ada pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian di Warung Sambal Wader & Botok Cak Mat Kecamatan Trowulan Mojokerto.

3. Hipotesis Alternatif (H_a)₃: Terdapat pengaruh antara produk dan harga terhadap keputusan pembelian di Warung Sambal Wader & Botok Cak Mat Kecamatan Trowulan Mojokerto.

Hipotesis nol (H_0)₃: Tidak ada pengaruh antara produk dan harga terhadap keputusan pembelian di Warung Sambal Wader & Botok Cak Mat Kecamatan Trowulan Mojokerto.