

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap manusia memiliki komposisi kebutuhan masing-masing. Manusia membutuhkan sekelompok orang untuk memenuhi kebutuhannya. Sehingga saat ini banyak bermunculan tempat-tempat yang berusaha menyediakan setiap kebutuhan manusia. Hal ini yang dinamakan dengan bisnis. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), bisnis dapat diartikan sebagai usaha dagang atau usaha komersial dalam dunia perdagangan atau bidang usaha tertentu. Sedangkan orang yang melakukan kegiatan tersebut adalah pebisnis.³

Salah satu usaha yang cepat berkembang adalah usaha kuliner, yang dapat memudahkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan primer mereka, yaitu kebutuhan pangan. Saat ini kebanyakan orang lebih memilih suatu hal yang simpel dan praktis, namun tetap dengan didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan tertentu. Mereka lebih memilih untuk membeli makanan siap saji daripada harus mengolahnya terlebih dahulu.

Usaha kuliner yang mampu menawarkan produk siap saji diantaranya ada warung, rumah makan, kedai, kafe, pedagang kaki lima atau bahkan yang lainnya. Masih-masing usaha memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Dan manusia dalam melakukan pembelian memiliki pemikiran masing-

³ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), 24.

masing, mulai dari kebersihan, kesehatan, ekonomi, maupun gaya hidup mereka. Namun, setiap konsumen berhak menentukan dimana mereka akan melakukan pembelian.

Seperti di Desa Purworejo, Kecamatan Kandat, Kabupaten Kediri, saat ini banyak usaha kuliner dalam skala besar maupun kecil, seperti rumah makan, warung, kedai, kafe, angkringan, pedagang kaki lima dan lainnya. Namun, banyak usaha kuliner yang tidak mampu bertahan lama dikarenakan persaingan bisnis yang semakin pesat. Apabila mereka tidak memiliki keunggulan dalam usahanya, maupun ciri khas nya, mereka akan tertinggal dan tidak mampu bersaing dengan usaha yang lainnya.

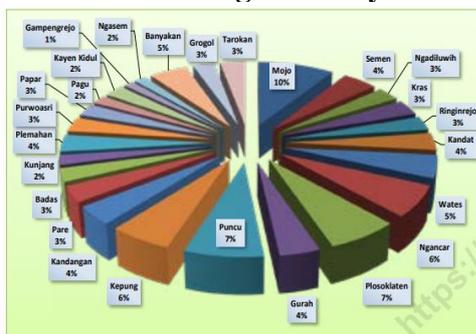
Oleh karena itu, penelitian ini mengambil studi kasus pada usaha kuliner yang berada di Desa Purworejo. Menurut Badan Pusat Statistik Kabupaten Kediri, kondisi perekonomian di Kabupaten Kediri semakin membaik setelah 2 tahun lalu menunjukkan penurunan akibat Covid-19 dan tahun ini mengalami peningkatan sebesar 4,90%. Bahkan pertumbuhan ekonomi Kabupaten Kediri lebih tinggi 0.06% dibandingkan pertumbuhan ekonomi Provinsi Jawa Timur.⁴

Kecamatan Kandat memiliki luas wilayah 51,96 km². Luas ini termasuk dalam kategori tidak terlalu luas dengan presentase 4% dari wilayah Kabupaten Kediri. Namun, kecamatan ini mampu memiliki 5 sarana perdagangan, yaitu Pasar Kandat, Gondang, Templek, Blabak dan Karangrejo. Pasar Gondang merupakan pasar yang berdiri paling lama yang terletak di Desa Purworejo dan

⁴ Badan Pusat Statistik Kabupaten Kediri, *Kabupaten Kediri dalam Angka 2023* (Kediri: BPS Kabupaten Kediri, 2023), 57.

terletak di sebelah utara Kecamatan Kandat, lumayan jauh termpatnya dari pasar lainnya. Pasar ini baru direnovasi oleh pemerintah.

Gambar 1.1 Presentase Pembagian Wilayah Kabupaten Kediri



(Sumber : data diolah peneliti)⁵

Selain itu, di pasar ini, terdapat peninggalan sejarah, yaitu arca banteng yang berada di sebelah pintu masuk dan sering dikunjungi orang. Menurut penduduk warga setempat, terdapat beberapa orang yang mempercayai arca ini mampu memberikan keberuntungan kepada setiap orang yang memberikan sesembahan kepada arca ini. Sesembahan yang dimaksud pula berupa makanan, atau biasa disebut dengan jajanan pasar dan harus membelinya di dalam pasar, selain itu juga ada bunga-bunga yang wajib juga disuguhkan.

Sehingga tak heran jika banyak orang yang datang ke pasar ini sekaligus berkunjung ke arca tersebut. Di pasar ini juga sering diadakan pegelaran seni, seperti tiban dan kuda lumping tiap bulan-bulan tertentu, juga lomba voli antar kecamatan tiap 1 tahun sekali. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengambil studi kasus di wilayah Pasar Gondang yang memiliki keistimewaan dibandingkan pasar lainnya.

⁵ Badan Pusat Statistik Kabupaten Kediri, *Kabupaten Kediri dalam Angka 2023* (Kediri: BPS Kabupaten Kediri, 2023), 103.

Gambar 1.2 Peta Wilayah Kecamatan Kandat



(Sumber : data diolah peneliti)⁶

Mengapa disebut keistimewaan, karena seperti yang sudah peneliti sebutkan sebelumnya, pasar ini selalu ramai dan banyak pengunjung yang berdatangan, walaupun sampai detik ini pasar ini masih dibuka setiap 5 hari sekali, namun rencana pemerintah untuk kedepannya, pasar ini akan dibuka setiap hari. Ini untuk di dalam pasar, sedangkan di sekeliling pasar juga banyak kios-kios dagang dari berbagai macam sektor, terutama dalam bidang kuliner.

Oleh karena itu, pada penelitian ini, memilih studi kasus pada salah satu rumah makan yang berada di Desa Purworejo. Pembeli lebih tertarik untuk memilih rumah makan sebagai pusat kuliner mereka, baik dari konsumen lokal penduduk desa, maupun hanya sekedar orang yang sedang melakukan perjalanan. Pada tabel berikut ini terdapat beberapa rumah makan yang terdapat di Desa Purworejo, Kecamatan Kandat, Kabupaten Kediri yang selalu ramai dan sudah memiliki Surat Keterangan Usaha mendirikan rumah makan dari Desa.

⁶ Badan Pusat Statistik Kabupaten Kediri, *Kecamatan Kandat dalam Angka 2021* (Kediri: BPS Kabupaten Kediri, 2021), 103.

Tabel 1.1 Daftar Rumah Makan di Desa Purworejo, Kecamatan Kandat, Kabupaten Kediri yang Memiliki Surat Keterangan Usaha Dagang (Kategori Rumah Makan) yang dikeluarkan oleh Pemerintah Desa Purworejo

No	Nama Usaha	Lokasi	Tahun Berdiri	Rata-rata Jumlah Pembeli dalam 1 hari
1.	Rumah Makan Bu Darmo	Desa Purworejo	2004	85-an
2.	Rumah Makan Sumber Complang	Desa Purworejo	2018	80-an
3.	Rumah Makan D'Phesek	Desa Purworejo	2021	95-an
4.	Rumah Makan Primadona	Desa Purworejo	2020	50-an
5.	Rumah Makan Moro Seneng	Desa Purworejo	2022	70-an

(Sumber : data diolah peneliti)⁷

Berdasarkan tabel tersebut, terdapat 5 rumah makan yang terdapat di Desa Purworejo. Kelima rumah makan ini menjual makanan yang relatif sama, dengan kisaran harga yang sama pula. Jika dilihat dari tahun berdirinya, Rumah Makan Bu Darmo adalah rumah makan yang paling awal berdiri, tetapi jumlah pembeli dalam 1 hari di Rumah Makan Bu Darmo relatif sedikit dibandingkan rumah makan lainnya.

Namun, jika dilihat dari jumlah pembeli dalam perharinya, yang memiliki jumlah pembeli paling banyak adalah Rumah Makan D'Phesek, yaitu sebanyak 95-an pembeli per hari berdasarkan jawaban dari pemilik rumah makan. Mereka menjawab kisaran karena untuk pembeli yang hanya membeli 1 hingga 2 porsi, seperti pengguna jalan raya yang sekedar mampir dan tidak menggunakan struk pembelian, sehingga pemilik rumah makan tidak bisa menghitung secara pasti.

⁷ Surat Keterangan Kepala Desa Purworejo, No. 005/129/418.06.09/2024, *Daftar Rumah Makan yang Memiliki Surat Keterangan Usaha Dagang (Kategori Rumah Makan) yang dikeluarkan oleh Pemerintah Desa Purworejo, Kecamatan Kandat, Kabupaten Kediri*, tanggal 5 November 2024.

Tahun berdirinya sebuah bisnis tidak bisa dijadikan patokan keberlangsungan sebuah usaha yang dijalankan. Pengusaha dituntut supaya memiliki strategi pemasaran yang mampu memenuhi keinginan dan kondisi konsumen yang menjadi sasaran. Strategi pemasaran sangat mempengaruhi keputusan pembelian produk atau jasa yang ditawarkan, dan juga strategi pemasaran yang baik dapat mempengaruhi tingkat penjualan sebuah bisnis.

Menurut Philip Kotler dan Gary Amstrong, didalam strategi pemasaran terdapat bauran pemasaran yang dapat dikelompokkan menjadi 4, yang biasanya disebut dengan “4P”, yaitu produk (*Product*), promosi (*Promotion*), harga (*Price*), lokasi (*Place*). Untuk mengetahui perbedaan bauran pemasaran dari masing-masing rumah makan tersebut, maka peneliti lampirkan tabel perbandingannya sebagai berikut:⁸

Tabel 1.2 Data Perbandingan Rumah Makan Berdasarkan Bauran Pemasaran

Dimensi	R.M. Bu Darmo	R.M. Sumber Complang	R.M. D’Phesek
Produk	Ikan Bakar Gurame Udang Cumi Capcay (Spesialis Seafood)	Sayur Lodeh Ayam Bakar Ayam Goreng Nasi Pecel Nasi Tumpang Goreng (Makanan Khas Kediri)	Lodho Ayam Kampung (Pedas dan Tidak Pedas) Aneka Bothok Aneka Pepes Mangut Lele Urap-urap Aneka Sayur (Makanan Khas Jawa)
Promosi	Mulut ke mulut WA	Mulut ke mulut WA	Mulut ke mulut WA Facebook
Harga	Rp15.000,- sampai Rp100.000,-	Rp6.000,- sampai Rp25.000,-	Semua menu seharga Rp13.000,-

⁸ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Manajemen, Edisi 14 Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2014), 76.

	Pembayaran bisa tranfer dan tunai. (Tergantung menu dan berat ikan, diambilkan pemilik rumah makan)	Pembayaran melalui tunai. (Tergantung menu dan lauk yang dipesan, diambilkan pemilik rumah makan)	Pembayaran bisa menggunakan Qris, transfer dan tunai. (Harga ini dihitung per porsi dengan 1 lauk, hanya saja bisa ambil nasi putih, sayur, urap-urap sepuasnya)
Lokasi	Lokasi masuk kedalam gang, area parkir luas dan teduh, hall dan karaoke berbayar, ada lesehan gazebo.	Lokasi masuk kedalam gang, 1 lokasi dengan tempat wisata, area parkir luas dan teduh, tempat makan tidak terlalu luas, terdapat karaoke berbayar.	Lokasi berada di pinggir jalan raya, area parkir luas, hall dan karaoke gratis, terdapat kamar mandi dan mushola.

(Sumber : data diolah peneliti)⁹

Oleh karena itu, pada penelitian ini, peneliti mengambil studi kasus di Rumah Makan D'Phesek, karena rumah makan ini memiliki keunggulan lebih daripada yang lainnya. Rumah makan ini menjual berbagai macam menu olahan khas Jawa khususnya Jawa Timur yang bisa memberikan minat dan ketertarikan tersendiri oleh konsumennya. Walaupun ketiga rumah makan ini menjual produk yang berbeda, akan tetapi Rumah Makan D'Phesek memiliki keunggulan tersendiri, mulai dari produk lodho ayam kampungnya yang memiliki 2 varian, yaitu pedas dan tidak pedas, sedangkan di rumah makan lainnya hanya memiliki 1 varian produk lodho ayam kampung.

Kemudian, dilihat dari cara penyajiannya, Rumah Makan D'Phesek ini juga memiliki keunikan tersendiri, yaitu dengan sistem prasmanan, akan tetapi menu yang disajikan selalu hangat, karena ditaruh diatas kompor, dan tempat

⁹ Hasil Observasi pra-penelitian tanggal 20 Januari 2025.

yang digunakan mampu menahan suhu panas masakan. Sehingga, pembeli lebih berminat untuk membeli disini, karena mereka bebas mengambil nasi sepuasnya. Selain itu, ditinjau dari harganya juga, rumah makan ini relatif lebih murah dibandingkan dengan lainnya, karena semua menu diberi harga yang sama, yaitu Rp13.000,- per porsi, dengan pengambilan nasi putih, sayur dan urap-urap sepuasnya. Selisih harga pada produk yang ditawarkan pada setiap rumah makan selalu menjadi bahan pertimbangan utama oleh setiap konsumen sebelum akan melakukan pembelian. Oleh karena itu, harus memberikan perhatian utama dalam menentukan masalah harga dan produk untuk menarik minat konsumen.

Selain itu, peneliti juga melakukan observasi terkait omzet penjualan dari ketiga rumah makan ini, hal ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana minat dan keputusan pembelian dari para konsumennya, dengan asumsi semakin tinggi omzet penjualan maka keputusan pembelian para konsumen di rumah makan tersebut juga berarti baik, begitu juga sebaliknya. Berikut data omzet penjualan dari ketiga rumah makan tersebut.

Tabel 1.3 Hasil Omzet Penjualan selama 5 Bulan Terakhir di 3 Rumah Makan yang dijadikan Perbandingan

No.	Bulan	R.M. Bu Darmo	R.M. Sumber Complang	R.M. D'Phesek
1.	Januari	Rp 57,375,000	Rp 12,150,000	Rp 39,520,000
2.	Februari	Rp 46,750,000	Rp 13,425,000	Rp 40,210,000
3.	Maret	Rp 82,500,000	Rp 11,000,000	Rp 45,175,000
4.	April	Rp 65,700,000	Rp 13,110,000	Rp 47,650,000
5.	Mei	Rp 48,000,000	Rp 9,870,000	Rp 48,016,000
Jumlah		Rp 300,325,000	Rp 59,555,000	Rp 220,571,000

(Sumber : data primer perusahaan)¹⁰

¹⁰ Hasil olah data primer perusahaan oleh peneliti pada tanggal 21 Juni 2025.

Dari tabel hasil omzet perusahaan selama 5 bulan terakhir dapat disimpulkan bahwa Rumah Makan Bu Darmo memiliki omzet paling tinggi dibandingkan rumah makan lainnya, karena rumah makan Bu Darmo menawarkan harga yang lebih tinggi dibandingkan lainnya. Selain itu, omzet penjualannya menurun drastis pada bulan Mei. Kemudian, rumah makan sumber complang memiliki omzet penjualan paling rendah, hal ini dikarenakan harga makanan yang ditawarkan juga sangat murah. Selain itu, rumah makan sumber complang lebih fokus untuk buka pada akhir pekan karena tempatnya yang memang beriringan dengan tempat wisata.

Akan tetapi, rumah makan D'Phesek mendapatkan omzet penjualan yang selalu mengalami peningkatan, walaupun masih lebih tinggi Rumah Makan Bu Darmo. Hal ini dikarenakan harga makanan yang ditawarkan per porsinya relatif murah. Peningkatan omzet penjualan di rumah makan D'Phesek ini dialami setiap bulannya, terutama pada bulan Maret, yaitu pada bulan Ramadhan yang banyak mendapatkan pesanan acara buka bersama, kemudian pada bulan-bulan berikutnya juga demikian. Oleh karena itu, studi kasus pada penelitian ini menggunakan rumah makan D'Phesek karena memiliki peningkatan omzet penjualan yang cukup signifikan dibandingkan dibandingkan dengan rumah makan lainnya.

Kemudian terkait minat konsumen atau keputusan pembelian, peneliti melakukan tahapan pra-penelitian dengan memberikan kuesioner kepada 30 orang pembeli dalam 1 hari di Rumah Makan D'Phesek guna mendapatkan data yang relevan dan dapat diandalkan. Berdasarkan pendapat Kerlinger dan Lee,

yaitu minimal jumlah responden dalam pra penelitian kuantitatif adalah 30 orang.¹¹ Akan tetapi, tidak ada jumlah pastinya, tergantung pada kebutuhan dan representatifan sebuah penelitian. Responden dalam pra penelitian digunakan untuk mendapat jawaban awal dalam sebuah penelitian yang akan digunakan sebagai acuan langkah penelitian selanjutnya. Dalam hal ini terutama, peneliti ingin mengetahui, produk apa yang paling banyak diminati oleh konsumen.

Tabel 1. 4 Hasil Pra-Penelitian Survei Keputusan Pembelian Produk di Rumah Makan D'Phesek

No.	Produk	Jumlah Responden
Lauk :		
1.	Lodho Ayam Kampung	14
2.	Pepes	5
3.	Bothok	7
4.	Mangut Lele	4
Total		30
Sayur :		
1.	Urap-urap	13
2.	Sayur asam	3
3.	Sayur Lodeh	7
4.	Tanpa sayur	7
Total		30

(Sumber : data diolah peneliti)¹²

Hasil kuesioner pra-penelitian yang telah dilakukan terhadap 30 responden Rumah Makan D'Phesek, mengungkapkan bahwa terdapat 14 orang konsumen rumah makan yang memilih membeli produk lodho ayam kampung, dan sayur urap-urap yang melengkapinya, yaitu sebanyak 13 orang yang memilih sayur urap-urap. Sedangkan responden lainnya memilih lauk pepes sebanyak 5 orang, lauk bothok sebanyak 7 orang dan lauk mangut lele sebanyak

¹¹ Kerlinger dan Lee, *Foundation of Behavioral Research* (USA: Holt, Reinnar & Wiston, 2000), 72.

¹² Hasil Kuesioner pra-penelitian kepada 30 responden tanggal 25 Januari 2025.

4 orang saja. Kemudian, sayur yang lebih banyak dipilih adalah sayur urap-urap, sedangkan responden lainnya memilih sayur asam sebanyak 3 orang, sayur lodeh sebanyak 7 orang dan 7 orang responden lainnya memilih tanpa menggunakan sayur.

Dari hasil pra-penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa produk yang paling banyak diminati di rumah makan ini adalah menu lodho ayam kampung. Menu ini merupakan menu utama di rumah makan ini, seperti yang tertera di nama rumah makan ini, bukan hanya Rumah Makan D'Phesek saja, akan tetapi Rumah Makan D'Phesek Spesial Lodho Ayam Kampung. Menu lodho di rumah makan ini juga terdapat 2 varian, yaitu lodho ayam kampung pedas dan lodho ayam kampung tidak pedas dengan citarasa dan resep khusus yang tidak bisa ditemukan di rumah makan lainnya.

Lodho ayam kampung merupakan salah satu masakan tradisional Indonesia yang masih banyak diminati oleh masyarakat, karena saat ini sudah jarang sekali rumah makan yang menyediakan menu lodho ayam, terutama lodho ayam kampung. Kebanyakan saat ini olahan atau menu lodho yang disajikan di rumah makan lainnya adalah dari olahan ayam sayur, bukan ayam kampung. Selain harga ayam sayur lebih murah dibandingkan ayam kampung, proses pengolahan ayam kampung juga lebih sulit dan membutuhkan waktu yang lebih lama dibandingkan dengan ayam sayur.

Sehingga apabila menu lodho ayam kampung di rumah makan D'Phesek ini diberi harga Rp13.000,- per porsi dengan kebebasan mengambil nasi sepuasnya, bisa dikatakan paling terjangkau dibandingkan dari kebanyakan

rumah makan yang ada. Selain itu, rumah makan disini juga menyediakan menu nasi kotak, bisa untuk berbagai macam acara, dengan kisaran harga mulai dari Rp17.000,- saja, tergantung permintaan pemesanan.

Menurut Kotler dan Amstrong, keputusan pembelian adalah proses atau tahapan pengambilan keputusan dimana konsumen secara nyata benar-benar melakukan pembelian.¹³ Berdasarkan pemaparan diatas, dapat disimpulkan bahwa setiap konsumen yang akan melakukan pembelian, mereka cenderung mempunyai beberapa pertimbangan, dan setiap masing-masing konsumen berbeda-beda. Untuk itu, penjual juga harus lebih memperhatikan pertimbangan-pertimbangan yang dapat menyamakan persepsi para konsumen.

Sejalan dengan pengertian dari Kotler dan Amstrong diatas, alat pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran disebut dengan bauran pemasaran (*Marketing Mix*). Bauran pemasaran merupakan faktor-faktor yang harus diperhatikan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian. Menurut Kotler terdapat 4 faktor bauran pemasaran, diantaranya adalah produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), dan lokasi (*place*).¹⁴ Keempat bauran pemasaran ini sangat penting bagi perusahaan dalam menjalankan strategi pemasaran. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu menggali wawasan terkait bauran pemasaran.

Keempat bauran pemasaran tersebut, semuanya sangat mempunyai pengaruh besar dalam strategi pemasaran. Pertama, produk, menurut Kotler,

¹³ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Manajemen, Edisi 14 Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2014), 87.

¹⁴ Ibid, 26.

produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan oleh penjual, baik berupa barang maupun jasa kepada konsumen untuk dapat memenuhi kebutuhan mereka. Produk merupakan hal yang paling utama sebelum penjual mendirikan sebuah perusahaan. Kedua, harga, penerapan aspek harga juga sangat penting dalam aktifitas pemasaran. Harga merupakan nilai mata uang yang dibebankan atas suatu produk kepada konsumen.

Ketiga, promosi, dengan adanya promosi yang tepat pemasaran terhadap produk juga cepat tersampaikan kepada konsumen. Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk meyakinkan, mempengaruhi, dan membujuk konsumen untuk melakukan pembelian. Keempat, lokasi, yaitu tempat yang digunakan oleh seorang penjual untuk memasarkan produk mereka. Tanpa adanya keempat unsur bauran pemasaran tersebut, sebuah perusahaan tidak akan bisa berjalan dengan baik.

Itulah keempat bauran pemasaran yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Dengan begitu, peneliti juga melakukan tambahan pertanyaan pada kuesioner awal kepada 30 responden dari konsumen di Rumah Makan D'Phesek guna mengetahui faktor apa yang paling dominan yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian di Rumah Makan D'Phesek. Berikut data faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Rumah Makan D'Phesek, yaitu alasan mengapa mereka melakukan pembelian di rumah makan ini:

Tabel 1. 5 Data Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Rumah Makan D'Phesek

No.	Faktor yang Mempengaruhi	Jumlah Responden	Presentase
1.	Kualitas Produk	12	40%
2.	Harga	10	33%

3.	Promosi	3	10%
4.	Lokasi	5	17%
Total		30	100%

(Sumber : data diolah peneliti)¹⁵

Berdasarkan hasil pra-penelitian terkait faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian adalah dipengaruhi oleh faktor produk dan harga. Ini terbukti dari jawaban para responden, kebanyakan dari mereka memilih faktor kualitas produk dari rumah makan ini, dengan jumlah responden 12 dari 30 responden dan mendapat presentase 40% dibandingkan faktor yang lainnya. Selain produk, juga faktor harga yang lumayan dominan, dengan jumlah responden 10 dari 30 responden dengan presentase 33%.

Mengapa konsumen lebih dominan memilih faktor produk, karena ditinjau dari kualitas produknya, yaitu lodho ayam kampung yang disajikan oleh rumah makan D'Phesek ini memiliki keunggulan tersendiri, seperti yang sudah peneliti sebutkan diatas, yaitu saat ini sudah jarang terdapat menu olahan tradisional lodho ayam kampung, kebanyakan saat ini biasanya menggunakan ayam sayur sebagai bahan utama pembuatan lodho. Akan tetapi, walaupun menu yang disajikan lumayan tradisional, rumah makan ini mengemasnya dalam konsep modern, dengan sistem prasmanan, dan terdapat keunikan tersendiri, yaitu bebas mengambil dan refill nasi sepuasnya.

Walaupun saat ini banyak yang menggunakan konsep seperti itu, namun kebanyakan menu-menu modern, seperti lalapan, dan lainnya. Dan jika ditinjau dari harganya, di rumah makan ini juga relatif murah, karena penjual memberi

¹⁵ Hasil Kuesioner pra-penelitian kepada 30 responden tanggal 25 Januari 2025.

harga hanya Rp13.000,- per porsi nya. Hal ini hanya dihitung dari pengambilan lauknya, misal mengambil nasi dengan lauk lodho ayam kampung dengan sayur urap-urap ini hanya diberi harga tetap, yaitu Rp13.000,- per porsinya.

Oleh karena itu, keputusan pembelian di Rumah Makan D'Phesek ini menjadi salah satu hal yang menarik bagi peneliti untuk mengetahui lebih jauh apakah bauran pemasaran yang telah dijalankan berhasil membuat konsumen melakukan pembelian atau bahkan mendapatkan kepuasan saat melakukan pembelian. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh mengenai, **“Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rumah Makan D'Phesek Spesial Lodho Ayam Kampung di Desa Purworejo, Kecamatan Kandat, Kabupaten Kediri)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas produk Lodho Ayam Kampung di Rumah Makan D'Phesek, yang terletak di Desa Purworejo, Kecamatan Kandat, Kabupaten Kediri?
2. Bagaimana harga Lodho Ayam Kampung di Rumah Makan D'Phesek, yang terletak di Desa Purworejo, Kecamatan Kandat, Kabupaten Kediri?
3. Bagaimana keputusan pembelian Lodho Ayam Kampung di Rumah Makan D'Phesek, yang terletak di Desa Purworejo, Kecamatan Kandat, Kabupaten Kediri?

4. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Lodho Ayam Kampung di Rumah Makan D'Phesek, yang terletak di Desa Purworejo, Kecamatan Kandat, Kabupaten Kediri?
5. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Lodho Ayam Kampung di Rumah Makan D'Phesek, yang terletak di Desa Purworejo, Kecamatan Kandat, Kabupaten Kediri?
6. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Lodho Ayam Kampung di Rumah Makan D'Phesek, yang terletak di Desa Purworejo, Kecamatan Kandat, Kabupaten Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan penelitian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana kualitas produk Lodho Ayam Kampung di Rumah Makan D'Phesek, yang terletak di Desa Purworejo, Kecamatan Kandat, Kabupaten Kediri.
2. Untuk mengetahui bagaimana harga Lodho Ayam Kampung di Rumah Makan D'Phesek, yang terletak di Desa Purworejo, Kecamatan Kandat, Kabupaten Kediri.
3. Untuk mengetahui bagaimana keputusan pembelian Lodho Ayam Kampung di Rumah Makan D'Phesek, yang terletak di Desa Purworejo, Kecamatan Kandat, Kabupaten Kediri.

4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Lodho Ayam Kampung di Rumah Makan D'Phesek, yang terletak di Desa Purworejo, Kecamatan Kandat, Kabupaten Kediri.
5. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Lodho Ayam Kampung di Rumah Makan D'Phesek, yang terletak di Desa Purworejo, Kecamatan Kandat, Kabupaten Kediri.
6. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Lodho Ayam Kampung di Rumah Makan D'Phesek, yang terletak di Desa Purworejo, Kecamatan Kandat, Kabupaten Kediri.

D. Manfaat Penelitian

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Sebagai karya ilmiah yang memberikan informasi terkait kualitas produk dan harga adalah faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
 - b. Dapat dijadikan rujukan penelitian, khususnya bagi penelitian-penelitian mengenai kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.
2. Kegunaan Praktis
 - a. Bagi peneliti

Diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman peneliti, terutama tentang faktor kualitas produk dan harga yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
 - b. Bagi pemilik toko

Diharapkan dapat menjadi pertimbangan untuk mempertahankan dan meningkatkan keputusan pembelian dan strategi pemasaran.

c. Bagi akademik

Diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi mahasiswa lain dalam melakukan penelitian dalam bidang dan topik sama, yaitu tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

d. Bagi pembaca

Diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan pembaca dan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya, terutama tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

E. Telaah Pustaka

1. Skripsi yang ditulis Dhea Febriana Elmiliasari, mahasiswa IAIN Kediri, dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Fried Chicken* (Studi Kasus di Rocket Chicken Bandar Kota Kediri)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Fried Chicken* di Rocket Chicken Bandar Kota Kediri. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian ini mendapatkan bahwa persamaan regresi yang terbentuk adalah $Y = 7,156 + 0,262X_1 + 0,616X_2$. Hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan bahwa harga cukup berpengaruh terhadap keputusan pembelian fried chicken sebesar 0,431 atau 43,1%. Kemudian dapat diketahui bahwa variabel X (Kualitas Produk dan Harga) dan Y (Keputusan Pembelian)

berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian fried chicken sebesar 0,665 atau 66,5%.¹⁶

2. Skripsi yang ditulis Dwi Nur Khabibah, mahasiswa IAIN Kediri,¹⁷ dengan judul “Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gamis Dewasa (Studi Pada Sumber Berkah Group Sablon dan Konveksi di Kecamatan Papar Kabupaten Kediri)”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) produk gamis dewasa di SBG Sablon dan Konveksi termasuk dalam kategori baik dengan hasil 79,4%. (2) harga gamis dewasa di SBG Sablon dan Konveksi termasuk dalam kategori baik dengan hasil 81,7%. (3) keputusan pembelian gamis dewasa di SBG Sablon dan Konveksi termasuk dalam kategori baik dengan hasil 70,2%. Uji regresi linier berganda menghasilkan persamaan $Y = 10,416 + 0,290X_1 + 0,592X_2$. Hasil uji F diperoleh nilai sebesar 115,892 dengan nilai signifikan 0,000 artinya variabel independent berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependent. Dari hasil analisis diperoleh koefisien determinasi R square memiliki nilai sebesar 0,041, artinya besarnya pengaruh variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y sebesar 40,1% sedangkan sisanya 59,9% dipengaruhi oleh faktor lain.
3. Skripsi yang ditulis Fina Miftahul Janah, mahasiswa IAIN Kediri, dengan judul “Pengaruh Produk Berlabel Halal Dan Harga Terhadap Keputusan

¹⁶ Dhea Febriana Elmiliyasi, *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Fried Chicken (Studi Kasus di Rocket Chicken Bandar Kota Kediri)*, (Skripsi : Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri, 2019).

¹⁷ Dwi Nur Khabibah, *Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gamis Dewasa (Studi Pada Sumber Berkah Group Sablon dan konveksi di Kecamatan Papar Kabupaten Kediri)*, (Skripsi: Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri, 2024).

Pembelian Kosmetik Wardah Pada Konsumen Sudut Cantik Kediri”.¹⁸

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk berlabel halal dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah di Sudut Cantik Kediri. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian kausalitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Produk (X1) dan Harga (X2) serta variabel Keputusan Pembelian (Y) berada dalam kategori cukup. Hasil uji determinasi (R²) menunjukkan besarnya nilai adjusted R square sebesar 0,729 artinya produk berlabel halal dan harga memberikan pengaruh sebesar 72,9% terhadap keputusan pembelian. Sedangkan 27,1% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

4. Skripsi yang ditulis Mochamad Yusuf, mahasiswa IAIN Kediri, dengan judul “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lokal Merek Ventela (Studi pada Sidoarjo Shoes Kecamatan Sidoarjo Kabupaten Sidoarjo)”.¹⁹ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan Indihome. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian metode survey. Hasil penelitian menunjukkan bahwa $Y=17,286+0,379$, selanjutnya nilai t hitung untuk variabel kepercayaan sebesar 5,240 dengan nilai signifikan 0,000. Nilai t tabel sebesar 1,660 yang apabila nilai t hitung lebih besar dari

¹⁸ Fina Miftahul Janah, *Pengaruh Produk Berlabel Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Konsumen Sudut Cantik Kediri* (Skripsi : Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri, 2025).

¹⁹ Mochamad Yusuf, *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lokal Merek Ventela (Studi pada Sidoarjo Shoes Kecamatan Sidoarjo Kabupaten Sidoarjo)* (Skripsi : Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri, 2025).

nilai t tabel, berarti bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan indihome di Plasa Telkom Kota Gorontalo.

5. Skripsi yang ditulis Ripaldi Mardiansah mahasiswa Universitas Pakuan Bogor, dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Mang Kabayan Sentul City”.²⁰ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada rumah makan. Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil korelasi memiliki hubungan yang kuat positif. Artinya jika kualitas produk ditingkatkan akan meningkatkan keputusan pembelian. Nilai koefisiensi determinasi $R^2=0,624$, yang artinya keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh kualitas produk sebesar 62,4% sedangkan sisanya sebesar 37,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Penelitian ini hampir mirip dengan 5 penelitian sebelumnya. Jenis penelitiannya sama, yaitu kuantitatif. Perbedaannya pada variabel X dan Y, sehingga teori yang digunakan juga berbeda. Namun, judul dan variabel penelitian ini sama dengan skripsi Dhea Febriana Elmiliyasi, yaitu Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di sebuah bisnis yang bergerak di bidang kuliner. Oleh karena itu, peneliti mencoba melengkapi penelitian skripsi Dhea Febriana Elmiliyasi, dengan objek dan waktu penelitian yang berbeda, serta jenis penelitian yang berbeda.

²⁰ Ripaldi Mardiansah, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Mang Kabayan Sentul City* (Skripsi: Mahasiswi Fakultas Ekonomi, Universitas Pakuan Bogor, 2018).

F. Hipotesis Penelitian

Berikut perumusan hipotesis untuk penelitian ini guna mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Lodho Ayam Kampung di Rumah Makan D'Phesek:

1. H_0 : Tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Lodho Ayam Kampung di Rumah Makan D'Phesek yang terletak di Desa Purworejo, Kecamatan Kandat, Kabupaten Kediri.

H_a : Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Lodho Ayam Kampung di Rumah Makan D'Phesek yang terletak di Desa Purworejo, Kecamatan Kandat, Kabupaten Kediri.

2. H_0 : Tidak terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Lodho Ayam Kampung di Rumah Makan D'Phesek yang terletak di Desa Purworejo, Kecamatan Kandat, Kabupaten Kediri.

H_a : Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Lodho Ayam Kampung di Rumah Makan D'Phesek yang terletak di Desa Purworejo, Kecamatan Kandat, Kabupaten Kediri.

3. H_0 : Tidak terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Lodho Ayam Kampung di Rumah Makan D'Phesek yang terletak di Desa Purworejo, Kecamatan Kandat, Kabupaten Kediri.

H_a : Terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Lodho Ayam Kampung di Rumah Makan D'Phesek yang terletak di Desa Purworejo, Kecamatan Kandat, Kabupaten Kediri.