

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada zaman globalisasi ini, bisnis kuliner semakin berkembang pesat dan menjadi salah satu sektor yang sangat diminati. Industri ini terus berinovasi dengan menghadirkan berbagai terobosan baru. Istilah "kuliner" berasal dari kata yang terpacu pada suatu hal yang berkaitan dengan dapur maupun memasak dan penyajian makanan yang menarik, yang diambil dari serapan bahasa Inggris "*culinary*" dan bahasa Belanda "*culinair*". Selain itu, kuliner juga mencakup aktivitas penyediaan makanan dan minuman yang menekankan kreativitas dan keindahan, sehingga memberikan nilai tambah yang mampu meningkatkan harga jualnya.¹ Hal ini juga terlihat dalam pertumbuhan ekonomi di Nganjuk, Tulungagung, Ponorogo dan Bojonegoro yang memiliki ragam jenis kuliner baik yang tradisional maupun yang sedang *trend*. Oleh karena itu, pertumbuhan ekonomi di Nganjuk berkembang dengan pesat. Terdapat data statistik dari pusat statistik (BPS) mengenai laju pertumbuhan ekonomi di Nganjuk, Tulungagung, Ponorogo dan Bojonegoro dari tahun 2024.

Tabel 1. 1

Laju Pertumbuhan Ekonomi di Nganjuk, Tulungagung, Ponorogo dan Bojonegoro

No.	Nama Kota	Laju Pertumbuhan Ekonomi 2024
1.	Kab. Nganjuk	4,93 %
3.	Kab. Tulungagung	4,86 %
5.	Kab. Ponorogo	4,74 %
6.	Kab. Bojonegoro	1,67 %

Sumber. Badan Pusat Statistik Jawa Timur Tahun 2024

¹ Muhammad Farhan Raziq, "Pengaruh Kualitas Produk, Pemilihan Harga, Dan Publisitas Digital Terhadap Keputusan Pembelian Fore Coffee Di Bekasi," *Neraca Manajemen, Ekonomi* 3, no. 2 (2023): 1–10.

Berdasarkan tabel 1.1 sumber BPS (Badan Pusat Statistik) di Nganjuk, Tulungagung, Ponorogo dan Bojonegoro diperoleh data pertumbuhan ekonomi di Kab. Nganjuk pada tahun 2024 sebesar 4,93 persen, sedangkan di Kab. Tulungagung pertumbuhan ekonomi sebesar 4,86 persen. Kemudian di daerah Ponorogo pertumbuhan laju ekonomi pada tahun 2024 sebesar 4,74 persen dan di Kab. Bojonegoro pertumbuhan ekonomi pada tahun 2024 sebesar 1,67 persen. Berdasarkan data di atas kabupaten Nganjuk memiliki pertumbuhan ekonomi dengan persentase yang lebih besar dibandingkan dengan kabupaten yang lain. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian di daerah Nganjuk.

Tabel 1. 2

Perbandingan Industri Kuliner, Kayu, Gerabah dan ,Minyak di Kab. Nganjuk

Nama Kabupaten	Industri Kuliner	Industri Kayu	Industri Gerabah	Industri Minyak
Kab. Nganjuk	8.478	249	92	37

Sumber. Badan Pusat Statistik Jawa Timur Tahun 2024

Berdasarkan tabel 1.2 sumber BPS (Badan Pusat Statistik) di Nganjuk diperoleh data perbandingan industri kuliner, kayu, gerabah dan minyak. Berdasarkan data di atas jumlah pelaku usaha industri kuliner sebanyak 8.478. Sedangkan pelaku usaha industri kayu sebanyak 249. Kemudian jumlah pelaku usaha industri gerabah sebanyak 92. Dan pada industri minyak sebanyak 37 orang. Berdasarkan data tersebut maka peneliti memilih industri kuliner sebagai objek penelitian untuk mengukur faktor-faktor yang menjadi alasan industri kuliner lebih diminati di Kabupaten Nganjuk daripada industri lainnya.

Secara umum, terdapat dua kategori utama dalam produk diantaranya produk konsumsi dan produk industri. Produk konsumsi merujuk pada barang yang difungsikan atau digunakan langsung oleh konsumen akhir. Sementara

itu, produk industri adalah barang yang dibeli untuk diolah menjadi produk lain atau dijual kembali dengan tujuan mendapatkan laba. Sedangkan produk industri adalah segala sesuatu yang melalui proses produksi dan di tujukan untuk digunakan dalam proses produksi lebih lanjut atau untuk kegiatan bisnis. di kabupaten Nganjuk yang paling banyak di jual adalah produk konsumsi, dan salah satu produk konsumsi yang paling diminati masyarakat saat ini adalah makanan yang memiliki cita rasa yang pedas. Menurut *Licorice*, dari Sumber Media Indonesia yang telah melakukan survey, mendapatkan data 93,6% yaitu masyarakat Indonesia menyukai makanan pedas, sedangkan 6,4 % sisanya kurang suka makanan pedas.² Berdasarkan hasil *survey* tersebut menunjukkan bahwa makanan pedas di Indonesia dipengaruhi oleh faktor budaya, iklim dan kandungan senyawa capsaicin dalam cabai yang memberikan sensasi hangat dan menambah nafsu makan. Kecintaan terhadap rasa pedas ini telah menjadi bagian dari budaya makanan di Nusantara. Dikarenakan masyarakat yang menyukai makanan pedas banyak pengusaha membuka dan menghadirkan produk-produk bercita rasa pedas untuk memenuhi permintaan pasar. Salah satu produk yang memiliki cita rasa pedas seperti olahan mie, seblak dan ayam geprek.

Menurut hasil survey dari media Indonesia Mie pedas pada tahun 2023 menyebutkan bahwa mie pedas menjadi salah satu kategori produk dengan pertumbuhan penjualan yang signifikan. Hasil survey tersebut juga menyoroti bagaimana inovasi dalam rasa dan tingkat kepedasan mie terus menarik minat konsumen. Sementara itu, popularitas seblak dan ayam geprek lebih terfokus

² Feby Febrian, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Lembur Batik," *Ekono Insentif* 13, no. 1 (2019): 41–55, <https://doi.org/10.36787/jei.v13i1.86>.

pada target pasar tertentu atau tren sesaat, meskipun keduanya tetap memiliki penggemar setia. Secara keseluruhan, meskipun seblak dan ayam geprek memiliki penggemar yang banyak, namun mie pedas memiliki jangkauan yang lebih luas dan konsumsi yang lebih menarik menjadikannya lebih diminati dibandingkan kedua pesaingnya.

Mie merupakan jenis olahan makanan yang sangat terkenal diberbagai belahan dunia, termasuk Indonesia. Secara sederhana mie adalah makanan yang terbuat dari adonan tepung terigu yang uleni hingga elastis, kemudian dibentuk menjadi lembaran tipis dan Panjang. Lembaran tipis ini kemudian dipotong sesuai dengan ukuran yang diinginkan, baik itu mie panjang, pendek, atau bergelombang. Mie memiliki beragam jenis dan bentuk, tergantung pada bahan baku, cara pembuatan, serta asal daerahnya. Beberapa jenis mie yang sering dijumpai mie kuning, mie hijau, mie hitam, mie telur dan mie beras.

Mie telah menjadi makanan pokok alternatif bagi masyarakat Indonesia. Meskipun Indonesia bukan produsen gandum utama, konsumsi mie di masyarakat sangatlah tinggi. Selain harganya yang terjangkau mie juga memiliki cita rasa yang beragam dan mudah diolah menjadi berbagai hidangan.³Bahkan, mie dianggap sebagai solusi untuk mencegah malnutrisi. Potensi bisnis kuliner berbahan dasar mie yang menjanjikan telah menarik minat banyak pengusaha. Untuk menarik pelanggan, para pelaku usaha berlomba-lomba menawarkan berbagai varian rasa dan konsep restoran yang unik, seperti konsep cepat saji yang populer saat ini. *Brand-brand* seperti Mie Ndower, Mie Djoetek, dan Mie Gawmon berhasil memikat konsumen, terutama kalangan

³ Hana, Q. R. (2023). Pengaruh Harga dan Cita Rasa Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel.

anak muda, dengan kombinasi rasa pedas yang nikmat, suasana yang nyaman dan harga terjangkau.

Harga dapat dimaknai sebagai nilai jasa atau barang yang dinyatakan dalam sejumlah uang, di mana nilai tersebut menjadi dasar bagi individu atau perusahaan untuk menyerahkan jasa atau barang kepada pihak lain.⁴ Dalam pemasaran, harga berperan sebagai salah satu strategi penting. Jika perusahaan menetapkan harga terlalu tinggi, produk atau jasa mungkin sulit dijangkau oleh pasar atau menarik sedikit pelanggan. Sebaliknya, jika harga terlalu rendah, perusahaan akan menghadapi kesulitan dalam memperoleh keuntungan, dan beberapa konsumen mungkin menganggap kualitas produk yang ditawarkan rendah. Hubungan antara harga dan kualitas produk sangat memengaruhi kepuasan pelanggan. Ketika harga dan kualitas produk sesuai dengan harapan pelanggan, besar kemungkinan mereka akan tetap menggunakan produk tersebut.⁵ Terdapat perbandingan harga antara Mie Ndower Gondanglegi, Mie Gawmon Mojoagung dan Mie Djoetek Warujayeng.

Tabel 1. 3

Data Pendapatan Mie Ndower, Mie Gawmon dan Mie Djoetek Dalam 1 Hari

No.	Nama Tempat	Rata-Rata Pendapatan Senin-Kamis	Rata-Rata Pendapatan Sabtu dan Minggu
1.	Mie Ndower Gondanglegi	Rp 4.000.000- 5.000.000	Rp 6.000.000 – Rp 8.000.000
2.	Mie Gawmon	Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000	Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000
3.	Mie Djoetek Warujayeng	Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000	Rp 4.000.000 – 5. 000.000

Sumber. Data observasi tahun 2025

⁴ Heny Lutfiany, Liling Listyawati, and Andry Herawati, “Pengaruh Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cat Nippon Paint Heny Lutfiany, Liling Listyawati, Andry Herawati SAB – Vol. 1 No. 2. Tahun 2023,” *Jurnal Unitomo* 1, no. 2 (2023): 95–118.

⁵ Hasan Basri, Muhammad Yulian Ma'mun, and Lola Malihah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen,” *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah* 3, no. 1 (2023): 99–113, <https://doi.org/10.56799/jceki.v3i1.2284>.

Berdasarkan Data diatas rata-rata pendapatan Mie Gawmon Mojoagung di Hari Senin- Kamis yaitu Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000 dan di Hari Sabtu - Minggu yaitu Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000. Sedangkan di Mie Djotek Warujayeng pendapatan rata-ratanya pada Hari Senin – Kamis yaitu Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000 dan di Hari Sabtu – Minggu yaitu Rp 4.000.000 – 5.000.000. Serta di Mie Ndower Gondanglegi pendapatan di Hari Senin – Kamis yaitu Rp 4.000.000- Rp 5.000.000 dan Hari Sabtu dan Minggu yaitu Rp 6.000.000 – Rp 8.000.000. Dari data observasi tersebut diperoleh bahwa pendapatan Mie Ndower Gondanglegi Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk lebih tinggi dibandingkan dengan kompetitor lain yaitu Mie Gawmon dan Mie Djoetek. Oleh karena pendapatan Mie Ndower lebih tinggi, penulis ingin melakukan penelitian di Mie Ndower Gondanglegi Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk.

Tabel 1. 4

Data Tentang 4P (Prize, Product, Place and Promotion) Dengan 45 Responden di Mie Ndower Gondanglegi Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk

No.	Pertanyaan	4P	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1.	Apakah harga yang terjangkau di Mie Ndower Gondanglegi Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk menjadi salah satu alasan Anda membeli produk ini.	Harga (Prize)	0 orang (0%)	0 orang (0%)	1 orang (2,2%)	15 orang (33,3%)	29 orang (64,4%)
2.	Apakah kualitas produk seperti toping, rasa, porsinya banyak, menjadi salah satu alasan Anda	Produk (Product)	0 orang (0%)	0 orang (0%)	0 orang (0%)	19 orang (42,2%)	26 orang (57,8%)

	membeli di Mie Ndower Gondanglegi Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk.						
3.	Apakah tempat yang nyaman dan luas di Mie Ndower Gondanglegi Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk menjadi salah satu alasan Anda memilih produk ini.	Tempat (Place)	0 orang (0%)	0 orang (0%)	26 orang (57,8%)	16 orang (35,6%)	3 orang (6,7%)
4.	Apakah promosi yang dilakukan di Facebook, Ig dan Youtube yang dilakukan Mie Ndower Gondanglegi menjadi salah satu alasan Anda membeli produk ini.	Promosi (Promotion)	1 orang (2,2%)	0 orang (0%)	15 orang (33,3%)	24 orang (53,3%)	5 orang (11,1%)

Sumber. Data observasi tahun 2025

Berdasarkan data tabel 1.3 dari 45 responden tentang harga yang menjadi salah satu alasan mereka untuk membeli di Mie Ndower Gondanglegi Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk yang Sangat tidak setuju dan tidak setuju 0 orang, netral 1 orang, dan setuju- sangat setuju 44 orang. Kemudian tentang alasan mereka membeli di Mie Ndower Gondanglegi karena kualitas produk seperti toping, rasa, porsinya banyak yang sangat tidak setuju dan tidak setuju 0 orang, yang netral 0 orang dan yang setuju – sangat setuju 45 orang. Kemudian untuk pertanyaan mengenai tempat, alasan mereka membeli Mie Ndower dikarenakan tempat yang nyaman dan luas yang sangat tidak setuju dan tidak setuju 0 orang, netral 26 orang dan setuju- sangat setuju 19 orang. Setelah itu, tentang pertanyaan tentang promosi, alasan mereka membeli

karena melihat iklan di FB, IG, Youtube dan WA yang sangat tidak dan tidak setuju yaitu 1 orang, netral 15 orang dan setuju – sangat setuju 29 . Berdasarkan hasil data tersebut penulis memilih kategori 2 yang tertinggi dari nilai setuju-sangat setuju yaitu Harga (44 orang) dan Kualitas Produk (45 orang).

Tabel 1. 5

Perbedaan Harga Mie Ndower, Mie Gawmon dan Mie Djoetek

No.	Nama Tempat	Harga Mie dengan Level Tertinggi
1.	Mie Ndower Gondanglegi	Rp 9.000,- (per porsi)
2.	Mie Gawmon Mojoagung	Rp10.000,-(per porsi)
3.	Mie Djoetek Warujayeng	Rp 10.500,- (per porsi)

Sumber. Data observasi tahun 2025

Bedasarkan tabel diatas harga Mie Ndower lebih murah dibandingkan dengan pesaing yang lain, Mie Ndower Gondanglegi memiliki harga Rp 9.000,- per porsi mulai dari level satu sampai level enam, sedangkan mie Gawmon Mojoagung mematok harga Rp 10.000,- per porsi mulai dari level satu sampai level enam dan Mie Djoetek mematok harga Rp 10.500,- per porsi dari level satu sampai dengan level enam. Oleh karena strategi yang dilakukan oleh Mie Ndower Gondanglegi tentang perbandingan harga ini, penulis ingin meneliti hubungan harga yang relatif lebih murah dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya, apakah berdampak kepada keputusan pembelian Mie Ndower Gondanglegi dan bisa untuk menarik minat konsumen baru.⁶

Kualitas produk merupakan sifat atau karakteristik yang melekat pada suatu jasa atau barang yang memungkinkan produk tersebut mencukupi atau

⁶ M. Dliyaul Muflihini, "Permintaan, Peawaran Dan Keseimbangan Harga Dalam Prespektif Ekonomi Mikro Islam," JES (Jurnal Ekonomi Syariah) 4, no. 2 (2019): 185–95, <https://doi.org/10.30736/jesa.v4i2.68>.

bahkan melampaui kebutuhan serta harapan konsumen.⁷ Dengan kata lain kualitas produk adalah sejauh mana produk dapat berfungsi dengan baik, tahan lama dan dapat memberikan kepuasan kepada pengguna. Mie Ndower terletak pada cita rasa yang khas dan menggugah selera. Perpaduan antara bawang putih, bawang merah, kunyit, kemiri, dan berbagai rempah lainnya yang diramu secara khusus menghasilkan kaldu yang kaya akan rasa. Mie Ndower ini memiliki karakteristik gurih yang khas, sedikit pedas, dan aroma yang sangat mengundang selera. Kehadiran rempah-rempah yang melimpah dalam setiap suapannya membuat Mie Ndower menjadi pilihan yang tepat bagi para pencinta kuliner yang mencari cita rasa otentik dan kaya akan rempah. Dengan ini, penulis ingin mengkaji strategi yang di lakukan oleh Mie Ndower terhadap kualitas produk yang telah ditawarkan apakah berpengaruh kepada keputusan pembelian.⁸

Secara umum, besar nilai yang diberikan oleh pelanggan dikarenakan semakin lama seorang pelanggan bertahan di suatu Perusahaan. Pelanggan lama akan lebih banyak melakukan pembelian dan sering kali berkontribusi dalam menarik pelanggan baru. Selain itu, pelanggan yang sudah lama tidak memerlukan biaya awal, seperti biaya pemasaran untuk memperoleh pelanggan baru. Dari pengalaman sebelumnya, yang diukur melalui variabel tingkatan kepuasan pelanggan dan rekomendasi suatu individu dari mulut ke mulut,

⁷ Belinda Debby Nur Farida, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pangsit Mie Ayam Surabaya Wates Kediri)," 15, no. 1 (2024): 37–48.

⁸ Rio Putra, "Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran)," *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 2, no. 4 (2021): 516–24, <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.461>.

terdapat keterkaitan yang signifikan dengan keputusan pembelian.⁹

Mie Ndower resmi berdiri pada 26 November 2015, adalah buah dari pengalaman dan keberanian seorang individu yang sebelumnya telah mengasah kemampuannya di dunia kuliner. Sebelum membuka rumah makannya sendiri, sang pemilik telah bertahun-tahun belajar dan bekerja di sebuah perusahaan makanan, menyerap berbagai pengetahuan dan keterampilan yang relevan. Dengan bekal pengalaman yang cukup, ia akhirnya mantap untuk mewujudkan mimpinya dan membuka Mie Ndower di Gondanglegi, Kecamatan Prambon, Kabupaten Nganjuk. Keberaniannya ini pun membuahkan hasil yang manis, dibuktikan dengan kehadiran empat pelayan, dua kasir, dua barista, dan tiga koki yang siap melayani para pelanggan.

Untuk mempertahankan dan meningkatkan pendapatannya, penjual Mie Ndower perlu melakukan beberapa upaya. Pertama, menjaga konsistensi rasa dan kualitas produk. Kedua, melakukan inovasi pada menu dengan menambahkan varian rasa atau topping baru. Mie Ndower Gondanglegi menyajikan beragam pilihan menu yang menggugah selera. Selain Mie Ndower, terdapat pula beberapa pilihan menu antara lain mie double, mie ayam spesial, bakso, mie ayam bakso, mie ayam pangsit, batagor, jamur krispi, serta berbagai jenis siomay. Tidak hanya itu, aneka gorengan seperti sosis goreng, sempol, sosis telur, telur gulung, otak-otak, tahu ikan, dan nugget juga menjadi pelengkap yang lezat. Untuk menemani hidangan, Mie Ndower Gondanglegi juga menyediakan berbagai jenis minuman segar seperti es jeruk, susu putih, milo, *ice tea*, *lemon tea*, teh tarik, *milk tea*, *volcano cocomate*,

⁹ Alfia Febriatu Sholikhah and Hadita Hadita, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Bekasi Timur," *Jurnal Economina* 2, no. 2 (2023): 692–708, <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.352>.

capucino, cococino, dan air mineral.

Potensi pendapatan Mie Ndower memang sangat menjanjikan, terutama pada hari-hari ramai seperti akhir pekan atau hari libur. Dengan rasa khas dan kaya akan rempah, Mie Ndower berhasil memikat banyak pecinta kuliner. Hal ini terbukti dengan omzet yang dapat mencapai Rp 4.000.000 hingga Rp 8.000.000 dalam sehari pada hari Sabtu, Minggu, tanggal merah, atau hari libur lainnya.

Penelitian serupa telah dilakukan sebelumnya, sehingga ditemukan adanya celah penelitian (*research gap*). Beberapa studi, termasuk penelitian yang dilakukan Reza Wahyu Dwi Andhika¹⁰ yang membahas tentang pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian (studi pada warung makan bakso super Pak No Prambon Kabupaten Nganjuk). Dari hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki yang kuat terhadap Keputusan Pembelian Di Bakso Super Pak No Nganjuk. Penelitian lain, seperti yang dilakukan oleh Kafilah Intan Yolanda Murningtyas dan Joko Samboro¹¹ mengemukakan bahwa harga dan kualitas produk berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, baik secara terpisah maupun simultan.

Berdasarkan fenomena, permasalahan, serta hasil dari penelitian sebelumnya, penulis akan melaksanakan penelitian dengan judul. **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mie Ndower Gondanglegi Prambon Nganjuk)”**. Hal ini dikarenakan Mie

¹⁰ Reza Wahyu Dwi Andhika, “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Warung Makan Bakso Super Pak No Prambon Kabupaten Nganjuk)” (2024).

¹¹ Kafilah Intan Yolanda Murningtyas dan Joko Samboro, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi X,” *Jurnal Point Equilibrium Manajemen Dan Akuntansi* 4, no. 2 (2023): 130–38, <https://doi.org/10.59963/jpema.v4i2.178>.

Ndower Gondanglegi merupakan rumah makan yang menjadi daya tarik bagi orang yang berpergian ke Nganjuk, Mie Ndower Gondanglegi menawarkan harga yang lebih terjangkau dan kualitas produk yang lebih menarik dibandingkan dengan pesaing-pesaing bisnisnya, sehingga Mie Ndower menjadi salah satu makanan favorit baik bagi remaja, dewasa dan orang tua.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang di atas, maka peneliti menetapkan permasalahan yang hendak diteliti adalah :

1. Bagaimana harga pada Mie Ndower Gondanglegi Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk?
2. Bagaimana kualitas produk pada Mie Ndower Gondanglegi Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk?
3. Bagaimana keputusan pembelian pada Mie Ndower Gondanglegi Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk?
4. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Mie Ndower Gondanglegi Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk?
5. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Mie Ndower Gondanglegi Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk?
6. Bagaimana pengaruh harga dan kualitas produk secara keseluruhan terhadap keputusan pembelian pada Mie Ndower Gondanglegi Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk?

C. Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan masalah yang dirumuskan, adapun tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui harga pada Mie Ndower Gondanglegi Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk.
2. Untuk mengetahui kualitas produk pada Mie Ndower Gondanglegi Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk.
3. Untuk mengetahui keputusan pembelian pada Mie Ndower Gondanglegi Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Mie Ndower Gondanglegi Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Mie Ndower Gondanglegi Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk.
6. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk secara keseluruhan terhadap keputusan pembelian pada Mie Ndower Gondanglegi Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk.

D. Manfaat Penelitian

Harapannya dari yang diteliti di sini dapat memberikan manfaat, utamanya dari sisi teoritis dan praktis. Maka di bawah ini kegunaannya:

1. Teoritis

Memiliki potensi kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan teori dalam bidang manajemen, khususnya dalam konteks bisnis kuliner. Penelitian ini dapat digunakan untuk

mengembangkan model baru secara spesifik dan relevan dengan konteks bisnis kuliner khususnya untuk usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) seperti Mie Ndower. Penelitian ini dapat menyoroti keputusan pembelian dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Praktis

a. Bagi Pelaku Usaha

Hasil penelitian dapat menjadi dasar dalam pengambilan keputusan strategis terkait penetapan harga, pengembangan produk, dan strategi pemasaran. Misalnya, jika ditemukan kualitas produk memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap keputusan pembelian, maka Mie Ndower dapat lebih fokus pada peningkatan kualitas produk daripada sekadar menurunkan harga. Dengan memahami faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, Mie Ndower dapat merancang program-program yang lebih efektif untuk meningkatkan keputusan pembelian, seperti program loyalitas, promosi khusus, atau peningkatan kualitas pelayanan. Hasil penelitian dapat digunakan untuk mengevaluasi kinerja perusahaan secara berkala. Dengan membandingkan hasil penelitian dengan data aktual, Mie Ndower dapat memilih area-area yang perlu dibenahi dan melakukan tindakan yang diperlukan.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan teori terkait keputusan pembelian dengan menyediakan dasar untuk mengembangkan model yang mampu memprediksi keputusan pembelian berdasarkan variabel-variabel tertentu. Secara khusus, penelitian ini yang berfokus pada pengaruh harga dan kualitas produk memberikan sumbangan penting dalam pengembangan teori pemasaran, manajemen sumber daya manusia, dan perilaku konsumen. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai bahan pembelajaran dalam kegiatan perkuliahan, dan seminar.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran konsumen mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kualitas produk dan harga, sehingga mendorong mereka menjadi konsumen yang lebih bijak. Hasil penelitian ini juga dapat membantu pembeli dalam memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka.

d. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi pengembangan karir dengan cara dijadikan sebagai landasan di bidang akademik maupun industri. Selain itu, penelitian ini dapat menyebarkan dalam jurnal ilmiah, sehingga dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

E. Asumsi Penelitian

Ketika harga produk terjangkau, pelanggan akan merasa lebih puas karena mendapatkan nilai yang sepadan dengan uang yang mereka keluarkan. Selain itu, kualitas produk yang menarik dan berbeda dengan pesaing-pesaing bisnisnya akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan yang tinggi akan mendorong mereka untuk kembali membeli produk dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain. Hal ini akan berdampak positif pada peningkatan penjualan Mie Ndower dan menciptakan putusan pembelian pada pelanggan.

F. Ruang Lingkup/Batasan Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh variabel harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, pada usaha kuliner Mie Ndower Gondanglegi. Variabel *independent* adalah harga dan kualitas produk, Variabel *dependent* adalah keputusan pembelian. Obyek penelitian pelanggan Mie Ndower Gondanglegi. Sedangkan untuk batasan penelitiannya yaitu penelitian hanya terfokus pada usaha kuliner Mie Ndower Gondanglegi. Variabel yang diteliti dibatasi pada harga dan kualitas produk sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Adapun populasi penelitian adalah pelanggan Mie Ndower Gondanglegi yang membeli produk pada periode tertentu.

G. Penelitian Terdahulu

1. Reza Wahyu Dwi Andhika ¹², Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Warung Makan Bakso Super Pak No

¹² Reza Wahyu Dwi Andhika, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Warung Makan Bakso Super Pak No Prambon Kabupaten Nganjuk)" (2024).

Prambon Kabupaten Nganjuk)” 2024, IAIN Kediri yang menunjukkan bahwa pada hasil analisis data variabel Kualitas Produk, diperoleh hasil 100 responden atau seluruh responden menyatakan bahwa Kualitas Produk Di Bakso Super Pak No Nganjuk termasuk dalam kategori baik. Tanggapan responden terkait variabel Keputusan Pembelian di Bakso Super Pak No termasuk pada kategori baik, masih terdapat indikator pernyataan yang memperoleh nilai dibawah rata-rata yaitu indikator pernyataan pembelian produk berdasarkan kualitas, pembelian produk berdasarkan citra merek, pembelian berdasarkan kepopuleran merek, pembelian secara rutin dalam waktu tertentu, jumlah pembelian berdasarkan kebutuhan, dan tersedia keberagaman metode pembayaran hubungan (korelasi) diantara variabel Kualitas Produk dengan variabel Keputusan Pembelian, dipimpin oleh besarnya R yaitu 0,879. Angka korelasi R ini hampir mendekati angka sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk memiliki yang kuat terhadap Keputusan Pembelian Di Bakso Super Pak No Nganjuk. Koefisien determinan atau R^2 sebesar 0,772 artinya besarnya pengaruh variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian sebesar 77,2%. Sedangkan 22,8% dipengaruhi oleh faktor lain tidak termasuk dalam penelitian ini. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan adalah Penelitian ini hanya memiliki fokus pada kualitas produk dan lokasi yang berbeda.

Sedangkan penelitian yang saya lakukan dengan judul Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap keputusan pembelian (Pada Mie Ndower Gondanglegi, Kecamatan Prambon, Kabupaten Nganjuk) Penelitian

Reza fokus pada kualitas produk saja. Sedangkan penelitian saya fokus pada harga dan kualitas produk. Sedangkan persamaan penelitian yang saya lakukan dengan penelitian Reza adalah sama-sama menggunakan penelitian di bidang manajemen pemasaran, sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk menganalisis data.

2. Rizqi Naila Adibah¹³ “Pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian Sunscreen Wardah (Studi pada mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Fakultas Kediri Angkatan 2021)” 2024, IAIN Kediri. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa hasil menunjukkan persamaan regresi ganda yang diperoleh adalah $Y = 16,535 + 0,214 X_1 + 0,473 X_2$. Hasil analisis uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$ dan nilai Fhitung sebesar $133,911 > F_{tabel} 3,03$, artinya terdapat pengaruh antara variabel produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) secara simultan. Hasil analisis uji t pada variabel produk (X_1) menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$ dan nilai thitung $3,531 > t_{tabel} 1,969$, artinya terdapat pengaruh antara produk (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) dan hasil uji t pada variabel harga (X_2) menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$ dan nilai thitung $7,334 > t_{tabel} 1,969$, artinya terdapat pengaruh antara harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y). Koefisien determinasi diperoleh nilai Adjusted R Square yaitu sebesar 0,517 atau 51,7% yang berarti bahwa variabel produk (X_1) dan harga (X_2) berpengaruh sebesar 51,7% terhadap variabel keputusan pembelian (Y) Sunscreen Wardah, sementara 48,3% pengaruhnya dipengaruhi oleh

¹³ Rizqi Naila Adibah, “Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Wardah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kediri Angkatan 2021)” (2024).

variabel lain yang tidak diteliti, seperti variabel promosi dan tempat.

Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Rizqi Naila Adibah adalah pada tempat dan produk yang berbeda dengan penelitian yang saya lakukan. Penelitian dengan judul Pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian Sunscreen Wardah (Studi pada mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Fakultas Kediri Angkatan 2021), IAIN Kediri. Sedangkan penelitian yang saya lakukan dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Pada Mie Ndower Gondanglegi, Kecamatan Prambon, Kabupaten Nganjuk). Adapun persamaan penelitian Rizqi adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh harga dan kualitas produk.

3. Resa Cahya Novianti,¹⁴ “Pengaruh Lingkungan Fisik Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasar Gringging Kabupaten Kediri” 2024, IAIN Kediri. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa (1) Berdasarkan hasil uji korelasi pearson menunjukkan variabel lingkungan fisik (X) memiliki korelasi yang kuat terhadap keputusan pembelian di Pasar Gringging Kabupaten Kediri (Y) sebesar 0,719. (2) Uji Regresi Linier Sederhana menunjukkan bahwa Keputusan Pembelian (Y) di Pasar Gringging apabila Lingkungan Fisik (X) sama dengan 0 maka Keputusan Pembelian memiliki nilai 45,544, setiap kenaikan 1 nilai Lingkungan Fisik (X) maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0,748 (3) Pada Uji Koefisien determinasi dapat diketahui bahwa hubungan antara variabel lingkungan fisik dengan variabel keputusan pembelian hal ini disebabkan

¹⁴ Resa Cahya Novianti, “Pengaruh Lingkungan Fisik Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasar Gringging Kabupaten Kediri” (2025).

oleh besarnya nilai R yaitu 0,719. Koefisien determinasi atau R square memiliki nilai sebesar 0,517, artinya besarnya pengaruh variabel lingkungan fisik terhadap keputusan pembelian sebesar 51,7% atau memiliki pengaruh moderat sedangkan sisanya (48,3%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Sedangkan persamaan penelitian Resa Cahya Novianti dengan penelitian yang saya lakukan adalah sama- sama terfokus pada keputusan pembelian. Sama-sama berfokus pada pengaruh faktor-faktor pemasaran terhadap perilaku konsumen. Adapun perbedaan penelitian Resa dengan penelitian yang saya lakukan adalah Penelitian Resa fokus pada lingkungan fisik sedangkan penelitian saya fokus pada produk makanan. Penelitian Resa hanya mempertimbangkan lingkungan fisik sebagai faktor yang mempengaruhi Keputusan pembelian. Sedangkan penelitian saya melibatkan dua variable yaitu harga dan kualitas produk.

4. Kafilah Intan Yolanda Murningtyas dan Joko Samboro¹⁵ “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Café Merdeka Nganjuk” 2023, Politeknik Negeri Malang. Hasil dari penelitian Kafilah dan Joko adalah aaPersamaan regresi menghasilkan $Y' = 8.609 + 0.632X1 + 0.773X2 + 3.012$, dengan koefisien determinasi sebesar 0.566, yang menunjukkan bahwa 56,6% variasi dalam variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebas, sedangkan sisanya 43,4% dipengaruhi oleh faktor lain. Nilai F-hitung sebesar 65.648, dengan tingkat signifikansi 0.000, melebihi nilai F-tabel kritis sebesar 3.09. Hasil uji t menunjukkan bahwa

¹⁵ Samboro, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi X.”

baik Harga (X1) maupun Kualitas Produk (X2) secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian secara individu, dengan nilai t masing-masing sebesar 5.647 dan 4.993, melebihi nilai t-tabel kritis sebesar 1.66039. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas produk berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, baik secara terpisah maupun simultan. Berdasarkan temuan ini, disarankan agar Café Merdeka Nganjuk mempertahankan harga produk yang ada dan meningkatkan kualitas bahan baku guna meningkatkan kualitas produknya.

Adapun persamaan penelitian Kafilah dan Joko dengan penelitian yang saya lakukan adalah sama-sama penelitian dibidang manajemen pemasaran. Sama-sama menggunakan studi kasus untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor pemasaran terhadap keputusan pembelian. Adapun perbedaan penelitian penelitian Kafilah dan Joko dengan penelitian yang saya lakukan adalah Penelitian Kafilah dan Joko fokus pada Café Merdeka. Sedangkan penelitian ini fokus pada Mie Ndower dengan karakteristik khas.

5. Lisa Dwi Rachmadani dan Ugy Soebiantoro,¹⁶ “Pengaruh Cita Rasa dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Ayam Yamin Gubeng Kertajaya Surabaya” 2022 Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang membuktikan bahwa cita rasa dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Adapun persamaan penelitian Lisa dan Ugy dengan penelitian yang saya lakukan

¹⁶ Lisa Dwi and Ugy Soebiantoro, “Pengaruh Cita Rasa Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Ayam Yamin Gubeng Kertajaya Surabaya,” *Jurnal Manajemen* 12, no. 1 (2022): 1–10, <https://doi.org/10.30656/jm.v12i1.4428>.

adalah sama- sama penelitian dibidang manajemen pemasaran. Sama-sama meneliti tentang Mie. Adapun perbedaan penelitian Lisa dan Ugy dengan penelitian yang saya lakukan adalah Perbedaan pada objek yang dilakukan yaitu Penelitian Lisa dan Ugy dilakukan pada produk Mie Ayam Yamin Gubeng Kertajaya Surabaya, Sedangkan Penelitian yang saya lakukan di Mie Ndower Pambon Nganjuk.

H. Definisi Operasional

1. Harga

Harga menurut William Stanley Jevons merupakan sebuah kewajiban yang harus dibayarkan pembeli kepada penjual sebagai nilai tukar barang dan jasa yang telah disepakati antara pembeli dan penjual. Faktor yang dapat mempengaruhi harga yaitu penawaran dan permintaan, produksi, inflasi, ekspektasi, serta kebijakan pemerintah.¹⁷

2. Kualitas Produk

Kualitas Produk merupakan konsep yang *multidimensi* dan sangat penting bagi keberhasilan suatu bisnis. Kualitas ini tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis produk, tetapi juga mencakup dimensi psikologis seperti persepsi pembeli. Faktor-Faktor yang mempengaruhi adalah desain produk, proses produksi, bahan baku, tenaga kerja dan *control* kualitas.¹⁸

3. Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller, keputusan pembelian adalah bagian

¹⁷ William Stanley Jevons, "The Theory of Political Economy," 1871.

¹⁸ Philip Kotler, "Principles of Marketing".

krusial dari perilaku konsumen, yang mengkaji bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi barang, jasa, maupun pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.¹⁹ Faktor-Faktor yang mempengaruhi yaitu pilihan produk, pilihan merek, pilihan penjual/penyalur, waktu pembelian, dan jumlah pembelian.²⁰

¹⁹ Mamonto, Tumbuan, and Rogi, “Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru,” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 9, no. 2 (2021): 110–21.

²⁰ Astri Elsa Simanjutak, “Pengaruh Review Konsumen Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Merek Jiniso Di Tiktok Shop Pada Mahasiswa Kota Medan,” *Universitas HKBP Nommensen Medan* (2024).