

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan kemajuan globalisasi dunia bisnis dituntut untuk terus menerus mempersiapkan dirinya guna menyesuaikan dengan segala perubahan yang akan terjadi. Kemajuan teknologi dan globalisasi telah membawa perubahan besar dalam pola konsumsi masyarakat, dimana konsumen memiliki akses yang lebih luas terhadap berbagai produk dan jasa. Seiring dengan semakin meningkatnya perkembangan usaha dengan berbagai persaingan diantara pelaku usaha yang semakin ketat dan kompetitif, maka untuk dapat bersaing perusahaan harus mampu menjalankan usahanya dengan tindakan sebaik mungkin dengan berbagai strategi baru terkait dengan kebutuhan konsumen.¹

Keputusan pembelian konsumen merupakan salah satu faktor kunci yang menentukan keberhasilan suatu produk atau jasa, yang pada dasarnya konsumen yang merasa puas atau tidak puas akan mempengaruhi pada pembelian selanjutnya. Jika konsumen merasa puas maka mereka akan cenderung untuk melakukan pembelian ulang dan akan merekomendasikannya kepada calon pembeli berikutnya. Dalam dunia kuliner, keputusan pembelian konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga tetapi juga oleh faktor sosial seperti kelompok referensi. Bisnis kuliner merupakan salah satu sektor yang sangat bergantung

¹ Salman Farisi, Juli Irnawati, dan Muhammad Fahmi, "Pengaruh Motivasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan" (n.d.), <http://jurnal.abulyatama.ac.id/humaniora>.

pada opini dan rekomendasi dari kelompok referensi. Bakso merupakan Salah satu kuliner yang banyak diminati. Bakso dikenal luas sebagai salah satu makanan paling populer dan terkenal di Indonesia, tidak hanya karena rasanya yang enak tetapi juga fleksibilitas penyajiannya yang cocok untuk kapan saja. Bukti terkenalnya bakso bisa dilihat dari banyaknya warung dan pedagang bakso yang tersebar diberbagai daerah, salah satunya di Kabupaten Bojonegoro. Kabupaten Bojonegoro merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi pertumbuhan bisnis kuliner yang cukup tinggi, terutama pada sektor usaha mikro kecil seperti warung bakso, selain itu Kabupaten Bojonegoro memiliki karakter masyarakat yang cenderung kolektif dan sering melakukan aktivitas konsumsi secara berkelompok, sehingga lokasi ini dinilai relevan. Berdasarkan hasil observasi awal dan rating *Google Maps*, Berikut adalah tiga warung bakso di Kabupaten Bojonegoro dengan rating tertinggi dan dengan ulasan terbanyak yaitu Warung Bakso Bang Jeck dengan rating 4,4 dengan 476 ulasan, kemudian Warung Bakso Pak Banjir dengan rating 4,5 dengan 294 ulasan dan Warung Bakso Nyaman dengan rating 4,2 dengan 347 ulasan. Tingginya rating tersebut menunjukkan bahwa ketiga warung tersebut memiliki tingkat popularitas dan kunjungan yang tinggi di Kabupaten Bojonegoro, sehingga layak dijadikan objek penelitian. Untuk memperkuat dasar pemilihan tersebut berikut data pembandingan ketiga warung bakso tersebut di Kabupaten Bojonegoro adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 1

Daftar Warung Bakso Di Kabupaten Bojonegoro

No	Pembeda	Warung Bakso Bang jeck	Warung Bakso Nyaman	Warung Bakso Pak Banjir
1	Tahun berdiri	2010	2015	2014
2	Jumlah karyawan	65	14	6
3	Jumlah cabang	6	2	1

Sumber: observasi awal

Berdasarkan tabel 1.1 dijelaskan bahwa Bakso Dan Mie Ayam Bang Jeck lebih unggul dari pada Bakso Nyaman Dan Bakso Pak Banjir yaitu dengan memiliki cabang terbanyak yaitu 6 cabang, sedangkan warung bakso Nyaman 2 cabang dan warung bakso Pak Banjir 1 cabang. Maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti Warung Bakso Bang Jeck karena berbagai perbandingan di atas selain itu Bakso Bang Jeck dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan salah satu usaha kuliner yang cukup populer di Kabupaten Bojonegoro, dibuktikan dengan adanya 6 cabang serta memiliki 65 karyawan dan memiliki omset yang cukup besar yaitu 20.000.000-25.000.000 perharinya. Berikut adalah rata rata pendapatan pada Warung Bakso Bang Jeck pada bulan Desember hingga Februari 2025.

Berdasarkan tabel 1.1 dijelaskan bahwa Bakso Bang Jeck memiliki 6 cabang. Yaitu cabang pertama yang terletak di Desa Ngraho Kecamatan Gayam, cabang kedua di Kecamatan Kasiman, Cabang ketiga di Kecamatan Purwosari, cabang keempat di Cepu, cabang kelima di Mbaru, dan cabang ke enam di Kecamatan Padangan. Berikut adalah rata-rata pendapatan per

bulan dalam tiga bulan terakhir yaitu dibulan Desember, Januari, dan Februari ke enam Warung Bakso Bang jeck.

Tabel 1. 2

Rata rata pendapatan perbulan Bakso Bang Jeck

No	Warung Bakso Bang Jeck	Desember 2024	Januari 2025	Februari 2025
1	Cabang 1 Kec. Gayam	Rp.160.931.000	Rp.194.450.000	Rp.142.827.000
2	Cabang 2 Kasiman	Rp.127.579.000	Rp.167.181.000	Rp.97.960.000
3	Cabang 3 Kec. Purwosari	Rp.82.793.000	Rp.85.120.000	Rp.74.313.000
4	Cabang 6 Padangan	Rp.78.291.000	Rp.88.170.000	Rp.74.093.000
5	Cabang 4 Cepu	Rp.65.139.000	Rp.48.031.000	Rp.56.957.000

Sumber : Observasi data diolah

Pada bulan Desember tahun 2024 Bakso Bang Jeck Cabang 1 memiliki pendapatan Rp.160.931.000 perbulan, Cabang 2 dengan rata rata pendapatan Rp. 127.579.000, sedangkan di cabang 3 dengan rata rata Rp. 82.793.000, cabang 4 dengan rata rata 65.139.000, dan cabang 6 sebesar Rp. 78.291.000 perbulan. Pada bulan Januari Bakso Bang Jeck Cabang 1 memiliki pendapatan Rp.194.450.000 perbulan, Cabang 2 dengan rata rata pendapatan Rp. 167.181 000 perbulan, sedangkan di cabang 3 dengan rata rata Rp. 85.120.000, cabang 4 dengan rata rata 48.031.000, dan cabang 6 sebesar Rp. 88.170.000 perbulan. Sedangkan pada bulan Februari Bakso Bang Jeck Cabang 1 memiliki rata ratas pendapatan 142.287.000 perbulan, Cabang 2 dengan rata rata pendapatan 97.960.000, sedangkan di cabang 3

dengan rata rata 74.313.000, cabang 4 dengan rata rata 56.957.000 dan cabang 6 sebesar 74.093.000 perbulan. Sedangkan di Bakso Bang Jeck cabang 5 Mbaru tidak memiliki data keuangan. Jadi dari data diatas dapat disimpulkan bahwa Bakso Bang Jeck cabang 1 Ds.Ngraho memiliki rata rata pendapatan terbanyak dari pada Bakso Bang Jeck cabang lainnya. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti Bakso Bang Jeck cabang 1 di Ds. Ngraho Kec Gayam Kab. Bojonegoro. Namun meskipun memiliki omzet yang cukup tinggi, terdapat perubahan pendapatan (naik turun) di beberapa cabang, termasuk di Bakso Bang Jeck cabang 1, yang mengalami kenaikan di bulan Desember ke Januari dan penurunan pendapatan dari Rp. 194.450.000 pada bulan Januari menjadi Rp. 142.287.000 pada bulan Februari 2025. Berikut adalah pendapatan per tiga tahun terakhir yang diperoleh Warung Bakso Bang Jeck:

Tabel 1. 3
Rata-Rata Pendapatan Pertahun Warung Bakso Bang Jeck

No	Warung Bakso Bang Jeck	Tahun 2022	Tahun 2023	Tahun 2024
1	Cabang 1 Kec. Gayam	Rp1.122.000.000	Rp1.258.560.000	Rp1.931.172.000
2	Cabang 2 Kasiman	Rp930.600.000	Rp1.003.680.000	Rp1.530.948.000
3	Cabang 3 Kec. Purwosari	Rp747.000.000	Rp883.800.000	Rp993.516.000
4	Cabang 6 Padangan	Rp704.880.000	Rp776.160.000	Rp939.492.000
5	Cabang 4 Cepu	Rp.594.000.000	Rp696.600.000	Rp781.668.000

Sumber: data diolah peneliti

Pada tabel 1.3 dapat diketahui rata-rata pendapatan tahunan Warung Bakso Bang Jeck, dan dapat dilihat bahwa Bakso Bnag Jeck tetap unggul setiap tahunnya. Pada tahun 2022 Bakso Bang jeck cabang 1 memiliki rata-rata pendapatan Rp1.122.000.000, disusul cabang ke-dua Rp930.600.000, cabang ke-tiga Rp747.000.000, cabang ke empat Rp.594.000.000 , kemudian cabang ke enam sebanyak Rp704.880.000. pada tahun 2023 berikut adalah rata-rata pendapatanya, Warung Bakso Bang Jeck cabang 1 dengan rata-rata Rp1.258.560.000, kemudian dicabang 2 sebanyak Rp1.003.680.000, dilanjut ke cabang tiga sebanyak Rp883.800.000, di cabang empat sebanyak Rp696.600.000, dan cabang ke enam sebanyak Rp696.600.000. dan pada tahun 2024 Bakso Bang Jeck cabang satu memiliki rata-rata sebesar Rp1.931.172.000, dicabang ke dua sebanyak Rp1.530.948.000, dicabang ke tiga sebanyak Rp993.516.000. dicabang ke empat sebanyak Rp781.668.000, dan dicabang enam sebanyak Rp939.492.000. dari rata-rata pendapatan pada tabel 1.3 dapat dilihat bahwa Warung Bakso Bang Jeck Cabang 1 lebih unggul dari pada cabang lain.

Perubahan pendapatan (naik turun) ini dapat diartikan sebagai ketidakstabilan suatu nilai atau pendapatan yang disebabkan oleh berbagai faktor. Kondisi ini menunjukkan bahwa ada faktor faktor tertentu yang mempengaruhi keputusan pembelian. Keputusan pembelian menurut Kotler merupakan proses konsumen mengidentifikasi masalah atau kebutuhan, mencari informasi tentang produk atau jasa, mengevaluasi alternatif yang tersedia, membuat keputusan pembelian, dan mengevaluasi keputusan tersebut setelah pembelian dilakukan. Keputusan pembelian ialah salah satu

elemen penting yang berperan dalam menentukan keberhasilan suatu produk atau layanan. Tingkat kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap pembelian yang dilakukan akan berdampak pada Keputusan pembelian mereka dimasa mendatang. Menurut Philip Kotler ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu 1) faktor budaya dibagi menjadi tiga yaitu budaya, sub budaya dan kelas sosial 2) faktor sosial ada tiga yaitu kelompok referensi, keluarga, peran dan status sosial 3) faktor pribadi ada lima yaitu usia dan tahapan hidup, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri 4) faktor psikologis yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap.

Peneliti kemudian melakukan survey kepada 70 orang pengunjung Warung Bakso Bang Jeck Kabupaten Bojonegoro dengan menggunakan media google form yang dibagikan kepada 70 konsumen melalui media sosial Instagram guna mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Warung Bakso Bang Jeck cabang 1 Kec. Gayam Kab. Bojonegoro. Hasilnya adalah sebagai berikut:

Berdasarkan tabel 1.3 terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, antara lain faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis. Pada tabel tersebut dijelaskan bahwa faktor yang paling banyak mempengaruhi keputusan pembelian di Bakso Bang Jeck cabang 1 Kecamatan Gayam Kabupaten Bojonegoro adalah faktor sosial yaitu kelompok referensi yaitu sebanyak 38 responden dan yang kedua disusul faktor keluarga sebanyak 12 responden dan peranan status sosial sebanyak 8 responden selanjutnya faktor pekerjaan

sebanyak 6 responden, kemudian faktor persepsi sebanyak 4 responden dan sisanya 0 responden.

Tabel 1. 4
Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Di Bakso Bang Jeck Kabupaten Bojonegoro

Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Menurut Philip Kotler		Responden
Faktor Budaya	Budaya	0
	Sub Budaya	0
	Kelas Soaial	0
Faktor Sosial	Kelompok Referensi	38
	Keluarga	12
	Peranan Status Soaial	8
Faktor Pribadi	Tahapan Hidup	0
	Pekerjaan	6
	Kondisi Ekonomi	2
	Gaya Hidup	0
	Kepribadian Dan Konsep Diri	0
Faktor Psikologis	Motivasi	0
	Persepsi	2
	Pembelajaran	0
	Keyakinan Dan Sikap	0
Total		70

Sumber: Hasil Observasi Awal

Dalam dunia bisnis kuliner, keputusan pembelian sangat dipengaruhi beberapa faktor salah satunya Kelompok referensi. Kelompok ini merupakan salah satu faktor sosial yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Bakso Bang Jeck Cabang 1. Kelompok referensi merupakan informasi dari luar atau kelompok yang digunakan untuk referensi dan terdiri dari individu ataupun lebih yang berfungsi sebagai referensi bagi seseorang dalam keputusan pembelian. Menurut Sumarwan

kelompok referensi merupakan seorang individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang yang mana kelompok ini berfungsi sebagai referensi bagi seseorang² dalam keputusan pembelian dan konsumsi. Dalam mengambil keputusan pembelian, seorang konsumen membutuhkan sumber informasi yang akan dijadikan sebagai referensi. Sumber informasi ini dapat berasal dari teman, keluarga, atau rekan kerja yang sebelumnya sudah mencoba dan merasa puas dengan cita rasa bakso yang ditawarkan. Selain itu kebersamaan juga menjadi penting, dimana seseorang cenderung memilih tempat yang sering dikunjungi oleh lingkaran sosialnya. Selain faktor rekomendasi langsung, kelompok referensi juga bisa menciptakan citra positif terhadap produk yang ditawarkan, dalam hal ini adalah bakso. Ketika seseorang melihat teman atau keluarga menikmati makanan di Warung Bakso Bang Jeck cabang 1, muncul dorongan psikologis untuk ikut merasakan pengalaman yang sama yang diperkuat dengan fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)*, yang artinya seseorang takut ketinggalan pengalaman yang sedang trend dilingkungannya.

Berdasarkan hasil observasi, terlihat bahwa sebagian besar pelanggan datang secara berkelompok, baik dengan teman, keluarga, maupun rekan kerja. Mereka saling memberikan rekomendasi dan saling mempengaruhi satu sama lainnya dalam memilih menu yang tersedia. Bahkan kebanyakan dari mereka yang memutuskan untuk memesan menu yang sama dengan teman mereka agar bisa menikmati pengalaman

² Fani Firmansyah dan Adam Jarror, "Pengaruh Citra Merek Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo," *Manajerial* 8, no. 03 (2021): 247.

makanan yang sama agar lebih kompak. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kelompok referensi memiliki dampak besar terhadap keputusan pembelian di Warung Bakso Bang Jeck cabang 1 kec. Gayam .

Pada gambar 1.1 diketahui bahwa pelanggan Bakso Bang Jeck cabang 1 Kec. Gayam cenderung datang dalam kelompok, yaitu bersama teman sebaya, keluarga dan rekan kerja mereka

Gambar 1. 1

Pelanggan berkelompok dipengaruhi oleh kelompok referensi



sumber : observasi langsung

Dalam kelompok referensi teman sebaya termasuk dalam kelompok primer yaitu kelompok yang memiliki interaksi erat, sehingga mampu memberikan pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian dan perilaku konsumen. Hal ini memungkinkan bahwa keputusan mereka untuk makan ditempat tersebut dipengaruhi oleh kelompok referensi, dalam hal ini adalah teman teman mereka. Selain itu dapat dilihat bahwa pelanggan Bakso Bang Jeck cabang 1 Kec. Gayam tidak hanya datang bersama teman sebaya, tetapi juga dengan kelompok referensi lain, yaitu keluarga dan rekan kerja. Pada gambar tersebut menunjukkan bahwa pelanggan datang bersama keluarga. Keluarga memiliki pengaruh besar terhadap keputusan konsumsi, baik

dalam hal rekomendasi tempat hingga preferensi makanan. Sementara itu, pada gambar terlihat bahwa pelanggan datang bersama rekan kerja. Rekan kerja dalam kelompok referensi bersifat sekunder, karena interaksi sosialnya lebih terbatas dibandingkan keluarga dan teman sebaya. Rekan kerja dapat mempengaruhi keputusan pembelian, terutama saat makan siang atau saat ada kegiatan setelah bekerja.

Dari gambar diatas dapat disimpulkan bahwa kelompok referensi memerankan peran penting dalam membentuk keputusan konsumsi pelanggan di Bakso Bang Jeck cabang 1 Kec. Gayam, baik dari teman sebaya, keluarga maupun rekan kerja. Daya saing usaha semakin tinggi sehingga strategi pemasaran yang tepat sangat dibutuhkan agar dapat mempertahankan serta meningkatkan jumlah pelanggan. Salah satu strategi potensial adalah dengan memanfaatkan perilaku konsumen. Penelitian mengenai pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian di Bakso Bang Jeck ini menjadi penting karena dapat memberikan wawasan pada pemilik usaha mengenai perilaku konsumen. Dengan memahami bagaimana pelanggan Bakso Bang Jeck dipengaruhi oleh kelompok referensinya, serta pemilik usaha bisa mengembangkan ke cara pemasaran yang lebih efektif.

Berdasarkan penelitian Amirullah menunjukkan bahwa variabel kelompok referensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan menurut Amalina menunjukkan bahwa faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga dan teman tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari penjelasan tentang penelitian

terdahulu, penelitian tersebut masing masing menggunakan metode kuantitatif dengan variabel yang sama, Namun pada penelitian terdahulu memiliki hasil yang bervariasi, oleh karena itu penulis menjadikan dasar untuk melakukan penelitian mengenai keputusan pembelian, berdasarkan uraian diatas maka dapat diangkat judul mengenai **“PENGARUH KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Bakso Bang Jeck Cabang 1 Kec. Gayam Kab. Bojonegoro)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana kelompok referensi pada Bakso Bang Jeck cabang 1 Kec. Gayam Kab. Bojonegoro?
2. Bagaimana keputusan pembelian pada Bakso Bang Jeck cabang 1 Kec. Gayam Kab. Bojonegoro?
3. Bagaimana pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian pada Bakso Bang Jeck cabang 1 Kec. Gayam Kab. Bojonegoro?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan bagaimana kelompok referensi pada Bakso Bang Jeck cabang 1 Kec. Gayam Kab. Bojonegoro
2. Untuk menjelaskan bagaimana keputusan pembelian pada Bakso Bang Jeck cabang 1 Kec. Gayam Kab. Bojonegoro

3. Untuk menjelaskan Bagaimana pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian pada Bakso Bang Jeck cabang 1 Kec. Gayam Kab. Bojonegoro

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi masyarakat, baik dari sisi teoritis maupun praktis.

1. Kegunaan secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan literatur kajian ilmiah dan menambah khazanah ilmu pengetahuan khususnya didalam perwujudan pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian pada Bakso Bang Jeck Cabang 1 Kec. Gayam Kab. Bojonegoro

2. Kegunaan secara praktis

- a. Bagi perusahaan

Bagi perusahaan dibidang kuliner yaitu Bakso Bang Jeck cabang 1 Kec. Gayam Kab. Bojonegoro diharapkan dengan penelitian ini dapat memberikan gambaran guna terus meningkatkan penjualan melalui faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Selain itu juga dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai faktor kelompok referensi yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dengan mengetahui pengaruh kelompok referensi, seperti teman, keluarga dan rekan kerja perusahaan dapat merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif, seperti meningkatkan promosi melalui pelanggan yang loyal, memberikan insentif kepada pelanggan yang berhasil mengajak keluarga atau

teman, serta memanfaatkan media sosial untuk memperkuat testimoni.

b. Akademisi

Memberikan kontribusi pada literature tentang pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian pada Bakso Bang Jeck cabang 1 Kec. Gayam Kab. Bojonegoro. Selain itu penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa, dosen dan peneliti lain yang tertarik untuk melakukan penelitian serupa, baik dalam bidang pemasaran, perilaku konsumen , maupun manajemen bisnis.

c. Bagi peneliti

Bagi peneliti, diharapkan dengan penelitian ini dapat menambah wawasan pengetahuan penulis terkait pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian.

E. Telaah Pustaka

Telaah pustaka merupakan kajian terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan topik penelitian saat ini. Peneliti menemukan beberapa penelitian yang telah dilakukan dan yang memiliki kaitan dengan kelompok referensi dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sebagai berikut:

1. Analisa Pengaruh Kelompok Referensi, Gaya Hidup dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Restoran Asian King Surabaya Oleh Amelia Christianti.³

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa ketiga variabel bebas yaitu gaya hidup dan kelompok referensi dan sikap konsumen secara bersama sama memeberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini terbukti dengan F hitung yang lebih besar dari F tabel. Namun dalam penelitian ini variabel kelompok refrensi tidak terbukti memiliki hubungan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan nilai regresi linier berganda yang menyatakan negatif dan signifikan. Kesamaan antara penelitian ini denagn penelitian sebelumnya terletak pada salah satu variabel bebasnya yaitu kelompok referensi dan variabel terikat yaitu keputusan pembelian.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terletak pada variabel bebas, jika dalam penelitian terdahulu menggunakan tiga variabel yaitu gaya hidup, kelompok referensi dan sikap konsumen sedangkan dalam penelitian ini hanya menggunakan satu variabel bebas yaitu kelompok referensi, selain itu objek yang diteliti, jika penelitian terdahulu menggunakan objek pada Restoran Asian King Surabaya dalam penelitian ini menggunakan warung Bakso Bang Jeck sebagai objeknya.

³ Amelia Christianti, "Analisis Pengaruh Kelompok Referensi, Gaya Hidup, Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Restoran Asian King Surabaya" (Universitas Kristen Petra, 2018).

2. Pengaruh Kelompok Referensi, Sikap dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pempek Candy Sukamto Oleh Marvela Divandra dan Kardinal. *Jurnal Ilmiah Universitas Multi Data Palembang* (2025).⁴

Dalam penelitian ini diketahui bahwa variabel bebas yaitu faktor kelompok referensi, sikap dan kepercayaan secara parsial dan simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada variabel bebas jika penelitian terdahulu menggunakan tiga variabel yaitu, kelompok referensi, sikap dan kepercayaan konsumen sedangkan dalam penelitian ini hanya menggunakan satu variabel bebas yaitu kelompok referensi, selain itu dalam penelitian ini juga menggunakan objek yang berbeda jika penelitian terdahulu menggunakan objek kuliner Pempek Candy Sukamto dalam penelitian ini menggunakan objek Warung Bakso Bang Jeck sebagai objeknya. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada variabel terikat yaitu keputusan pembelian.

3. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bakso Granat Malang Indah, *Jurnal Nobel*

⁴ Marvela Divandra and Kardinal, "Pengaruh Kelompok Referensi, Sikap, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pempek Candy Sukamto," *Jurnal Ilmiah Universitas Multi Data Palembang* (2025).

Management Review Oleh Hendra Eka P, Mariah, Shandra Bahasoan⁵

Pada penelitian terdahulu meneliti tentang pengaruh kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian dan hasilnya kualitas produk, harga dan lokasi bersama sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada bakso granat malang indah Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada variabel bebas, jika penelitian terdahulu meneliti tentang kualitas produk , harga dan lokasi dalam penelitian ini meneliti tentang kelompok referensi. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada variabel terikat yaitu keputusan pembelian selain itu menggunakan objek dibidang kuliner yang sama yaitu warung bakso.

4. Pengaruh Persepsi Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Di Cafe WOW Sumber Podang Desa Joho Kecamatan Semen Kabupaten Kediri oleh Amelia Febriani Mahasiswa IAIN Kediri.⁶

Dalam penelitian ini diketahui bahwa variabel bebas yaitu Persepsi dan kelompok referensi berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada salah satu variabel bebasnya yaitu kelompok

⁵ Hendra Eka Pristiawan, Mariah Mariah, and Shandra Bahasoan, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bakso Granat Malang Indah," *Nobel Management Review* 3, no. 1 (2022): 52–63.

⁶ Amelia Febriani, "Pengaruh Persepsi Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Di Cafe WOW Sumber Podang Desa Joho Kecamatan Semen Kabupaten Kediri," 2021.

referensi dan variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terletak pada objek penelitian, jika dalam penelitian terdahulu menggunakan objek di Cafe WOW Sumber Podang Desa Joho Kecamatan Semen Kabupaten Kediri sedangkan dalam penelitian ini menggunakan Warung Bakso Bang Jeck cabang 1 Kec. Gayam Kabupaten Bojonegoro sebagai objeknya.

5. Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Kedai Bakso Pak Ndut Jalan Mauni Kota Kediri) Oleh Rendi Setiawan (2023).⁷

Dalam penelitian ini diketahui bahwa variabel bebas yaitu kelompok referensi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Kedai Bakso Pak Ndut Jalan Mauni Kota Kediri.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada variabel bebasnya yaitu kelompok referensi dan variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terletak pada objek penelitian, jika dalam penelitian terdahulu menggunakan objek Kedai Bakso Pak Ndut di Jalan Mauni Kota Kediri dalam penelitian ini menggunakan Warung Bakso Bang Jeck cabang 1 Kec. Gayam Kabupaten Bojonegoro sebagai objeknya.

⁷ Rendi Setiawan, "Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Bakso (Studi Pada Kedai Bakso Pak Ndut Jalan Mauni Kota Kediri)," 2023.

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang masih bersifat sementara dan didasarkan pada teori. Hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ho : Tidak ada pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian pada Warung Bakso Bang Jeck Kab. Bojonegoro

Ha : Ada pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian pada Warung Bakso Bang Jeck Cabang 1 Kec. Gayam Kab. Bojonegoro