

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, sektor industri kuliner menjadi salah satu bidang usaha yang mengalami perkembangan cukup pesat. Perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin dinamis, terutama di kalangan mahasiswa, pelajar, dan pekerja, mendorong meningkatnya kebutuhan akan makanan yang praktis, terjangkau, dan mudah diakses. Oleh karena itu, pelaku usaha kuliner dituntut untuk mampu memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen agar dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin kompetitif.¹

Semakin meningkatnya persaingan usaha kuliner menyebabkan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan dalam menentukan tempat makan. Kondisi ini membuat konsumen tidak lagi hanya mempertimbangkan rasa makanan semata, tetapi juga menilai berbagai aspek lain yang melekat pada produk yang ditawarkan. Konsumen cenderung membandingkan kualitas produk dan sekaligus mempertimbangkan kesesuaian harga dengan manfaat yang diperoleh. Dengan demikian, kualitas produk dan harga menjadi faktor penting yang memengaruhi tingkat kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian pada suatu usaha kuliner.²

Dalam upaya menghadapi persaingan tersebut, pelaku usaha perlu

¹ Indra Sumarna Sobari Ambarwati, Ambarwati, "Membangun Jiwa Kewirausahaan Di Era Milenial Bagi Mahasiswa Institut Stiami Kampus Tangerang Selatan.," *Jurnal Komunitas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 2 (2020): 140–144.

² Siti Rukaiyah. Bakri, Adzan Noor, "Kuliner Lokal Di Ambang Krisis: Bagaimana Dominasi Kuliner Asing Mengubah Pola Konsumsi Dan Mengancam Keberlanjutan Bisnis Tradisional," *Adl Islamic Economic* 6, no. 1 (2025): 59–76.

mengunggulkan perbaikan harga, kualitas produk, sesuai harapan pembeli dan menarik pembeli agar membeli kembali yang bertujuan sebagai alat bagi perusahaan untuk memengaruhi persepsi dan keputusan konsumen terhadap suatu produk atau jasa.³ Namun, tidak semua unsur bauran pemasaran diteliti secara bersamaan sehingga dalam penelitian ini difokuskan pada dua unsur utama, yaitu kualitas produk dan harga karena keduanya dinilai memiliki peran dominan dalam menentukan *Consumer Decision*. pada usaha kuliner.⁴

Pemilihan Kota Kediri sebagai lokasi penelitian ini dipilih karena data menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi Kota Kediri mengalami peningkatan yang lebih tinggi dibandingkan beberapa kota lain di provinsi Jawa Timur. Berikut disajikan data pertumbuhan ekonomi Kota Kediri beserta beberapa kota lain di Jawa Timur:

Tabel 1.1: Data Pertumbuhan Ekonomi

Kota	Tahun 2022	Tahun 2023	Tahun 2024
Kota Kediri	3,95 %	1,93 %	3,43 %
Kota Malang	6,32 %	6,07 %	5,44 %
Kota Probolinggo	6,12 %	6,04 %	5,15 %

(Sumber: <https://share.google/AxcWEHyQmhhaClZqx>)

Kota Kediri dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki tingkat pertumbuhan ekonomi yang menurun pada 2023 lalu meningkat di 2024 dibanding Kota Malang dan Probolinggo yang semakin menurun. Pertumbuhan perekonomian meningkat dapat mendorong berkembangnya berbagai sektor usaha, khususnya industri kuliner yang terus mengalami peningkatan seiring

³ Kristiurman Jaya Mendrofa, *PENGELOLAAN DAN PEMASARAN DOMAIN .ID Kajian Sejarah, Bisnis, Dan Identitas Digital Indonesia* (EUREKA MEDIA AKSARA, n.d.).

⁴ Danang Mursid Prasetyo, Wijoyo, Tuwuh Adhisty, "Analisis Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Produk Dan Bauran Pemasaran Amarta Lounge Di Hotel Santika Premiere Semarang.," *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management And Business* 7, no. 2 (2024): 298–308.

dengan bertambahnya jumlah pelaku usaha dan konsumen. Kondisi ini menjadikan Kota Kediri sebagai wilayah yang tepat untuk mengkaji perilaku konsumen serta faktor-faktor yang memengaruhi *Consumer Decision* dalam memilih suatu usaha kuliner, termasuk pengaruh harga dan kualitas produk terhadap *Consumer Decision*.

Desa Ngronggo dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan salah satu kawasan yang memiliki aktivitas pendidikan dan ekonomi yang cukup tinggi di Kota Kediri. Di wilayah ini terdapat beberapa institusi pendidikan, seperti Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri, MTsN 2 Kota Kediri, dan MAN 1 Kota Kediri, yang menjadikan Desa Ngronggo sebagai kawasan dengan konsentrasi mahasiswa dan pelajar yang cukup besar. Tingginya jumlah mahasiswa dan pelajar tersebut berdampak pada meningkatnya kebutuhan konsumsi makanan sehari-hari, sehingga kawasan ini berkembang menjadi salah satu pusat usaha kuliner yang cukup kompetitif, khususnya warung lalapan. Berikut adalah tempat tempat lalapan yang ada di Desa Ngronggo, Kota Kediri:

Tabel 1.2: Alamat dan Tahun Berdiri di Warung Lalapan yang ada di Ngronggo, Kota Kediri

Nama tempat	Alamat	Tahun Berdiri
Lalapan Murah Mas Ndut	Jalan. Sunan Ampel 30, Ngronggo, Kec. Kota, Kota Kediri, Jawa Timur 64127.	Tahun 2016
Si Gemooyy	Jalan. Sunan Ampel 28, Rejomulyo, Kec. Kota, Kota Kediri, Jawa Timur 64129	Tahun 2023
Ayam Goreng Sreeng II	Jalan. Jokoriyo, Ngronggo, Kec.Kota, Kota Kediri, Kabupaten Kediri, Jawa Timur 64129	Tahun 2020

(Sumber: Hasil dari Observasi Peneliti 2025)

Berdasarkan Tabel 1.2 menampilkan bahwasanya di kawasan Ngronggo dan Rejomulyo, Kota Kediri, terdapat beberapa usaha kuliner yang populer di

kalangan mahasiswa dan masyarakat sekitar, di antaranya Lalapan Murah Mas Ndut, Si Gemooyy dan Warung Nyonyor. Lalapan Murah Mas Ndut berlokasi di Jalan. Sunan Ampel 30, Ngronggo, Kota Kediri, berdiri pada tahun 2016. dikenal dengan menu lalapan yang beragam, porsi yang cukup besar, serta harga yang terjangkau sementara itu, Si Gemooyy yang terletak di Jalan. Sunan Ampel 28, Rejomulyo, Kota Kediri, berdiri pada tahun 2023 menghadirkan konsep kuliner modern dengan menu ayam geprek dan makanan kekinian yang disukai kalangan muda, buka setiap hari Ada pun Ayam Goreng Sreng II yang beralamat di Jalan. Jokoriyo, Ngronggo, Kota Kediri, menawarkan Ayam goreng porsi besar dan banyak krenyesan yang membuat puas.

Lalapan Murah Mas Ndut dipilih sebagai objek penelitian karena memiliki keunggulan dari sisi harga dan kualitas produk dibandingkan dengan beberapa warung lalapan sejenis di kawasan Desa Ngronggo Kota Kediri. Sehingga kebanyakan konsumen sangat puas saat harga murah dan kualitas produk tersebut unggul.

Consumer Decision terjadi ketika individu melalui proses pertimbangan dalam memilih dan akhirnya memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa. Dalam konteks usaha kuliner, *Consumer Decision* sangat dipengaruhi oleh kualitas produk yang ditawarkan serta kesesuaian harga yang diberikan. Konsumen cenderung memilih produk yang memiliki kualitas baik dengan harga yang dianggap sesuai atau terjangkau. Oleh karena itu, harga dan kualitas produk memiliki peranan penting dalam mempengaruhi *Consumer Decision* untuk melakukan pembelian. *Consumer Decision* yang positif akan berdampak pada peningkatan penjualan, keberlangsungan usaha, serta daya saing bisnis di pasar.⁵

⁵ Rachmad Hidayat, "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI CONSUMER DECISION

harga juga menjadi faktor penting yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih suatu usaha kuliner. Harga mencerminkan nilai yang harus dikorbankan konsumen untuk memperoleh produk sehingga kesesuaian antara harga dan kualitas produk yang diterima akan sangat memengaruhi tingkat Consumer Decision. Harga yang terjangkau dan sesuai dengan manfaat yang dirasakan konsumen cenderung meningkatkan minat beli serta keputusan konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Perbedaan harga antar warung lalapan tersebut dapat dilihat melalui perbandingan harga dan omset Lalapan Murah Mas Ndut dengan warung lalapan lainnya, yang disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1.3: Harga dan Omset 3 Bulan terakhir Pada Warung Lalapan yang ada di Ngronggo, Kota Kediri

Nama Tempat	Harga	Omset		
		Januari (31 hari)	Februari (28 hari)	Maret (31 hari)
Lalapan Murah Mas Ndut	Rp 5.000 - Rp 12.000	Rp 56.000.000	Rp 55.000.000	Rp 62.000.000
Si Gemooyy	Rp 6.000 - Rp 15.000	Rp 15.00.000	Rp 26.000.000	Rp 31.000.000
Ayam Goreng Sreeng II	Rp 7.000 - Rp 10.000	Rp 53.000.000	Rp 55.000.000	Rp 60.000.000

(Sumber: Hasil dari Observasi Peneliti, 2026)

Berdasarkan perbandingan tersebut, Pada bulan Januari terdapat penurunan konsumen mengakibatkan Omset pada warung lalapan menurun lalu pada bulan Februari mengalami peningkatan kembali. Namun terlihat dari segi harga Lalapan Murah Mas Ndut menawarkan harga menu yang relatif lebih terjangkau dan menunjukkan Omsetnya yang stabil, sehingga menjadi salah satu daya tarik utama bagi konsumen, khususnya mahasiswa dan pelajar.

Selain menawarkan harga yang terjangkau, Lalapan Murah Mas Ndut juga dikenal karena mutu produknya yang baik. Dalam menjaga kualitas produk yang dipasarkan, pelaku usaha perlu merancang strategi agar produk yang dijual tetap berkualitas sehingga mampu memberikan manfaat optimal bagi konsumen. Menurut Philip Kotler, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk tidak hanya terbatas pada barang berwujud, tetapi juga dapat berupa jasa, individu, tempat, organisasi, maupun gagasan.⁶

Kualitas produk sangat penting diterapkan oleh setiap bisnis untuk dapat bersaing dan memberikan kepuasan terhadap kebutuhan dan keinginan calon konsumen.⁷ Kualitas produk Menurut Tony Wijaya, kualitas produk dapat diartikan sebagai perpaduan menyeluruh dari berbagai karakteristik produk yang dihasilkan melalui proses pemasaran, perancangan, produksi, hingga pemeliharaan. Kombinasi aspek-aspek tersebut menjadikan produk mampu memenuhi bahkan melampaui harapan konsumen.⁸ Oleh karena itu, agar bisnis tetap kompetitif, produsen harus menetapkan standar kualitas untuk produk yang ditawarkan kepada konsumen. Kualitas Produk secara umum terbagi menjadi dua jenis utama, yaitu barang dan jasa. Dalam penelitian ini, fokus diberikan pada produk berupa barang, khususnya makanan. Menurut West, Wood, dan Hanger dalam kutipan Ade Tiara Yulinda menyatakan terdapat

⁶ Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, Dan Kasus)*, Cetakan 1. (Yogyakarta: CAPS Penerbit, 2014), 69.

⁷ Wijaya, C. C. Widayati, and D. H. Perkasa, "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Restoran ABC Di Pantai Indah Kapuk)," *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta* 1, no. 3 (2023): 85.

⁸ Tony Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2011).

beberapa indikator kualitas produk makanan yang dijadikan acuan oleh konsumen dalam menilai suatu produk Seperti Bahan, Rasa, Porsi, Penampilan, Kebersihan.⁹ Berikut adalah tabel tentang keunggulan kualitas produk di Lalapan Murah Mas Ndut:

Tabel 1. 4: Keunggulan Kualitas Produk pada Lalapan Murah Mas Ndut

No	Indikator	keterangan
1.	Bahan	<ul style="list-style-type: none"> • Bahan segar dan fresh • Bahan berkualitas baik
2.	Rasa	<ul style="list-style-type: none"> • Rasa gurih • Rasa pedas • Rasa renyah
3.	Porsi	<ul style="list-style-type: none"> • Porsi sesuai harga • Porsi konsisten dan pas
4.	Penampilan	<ul style="list-style-type: none"> • Penampilan menarik • Penampilan menggugah selera • Penampilan rapi
5.	kebersihan	<ul style="list-style-type: none"> • Kebersihan dan kerapian tempat makan • Makanan yang disajikan bersih dan higienis

(Sumber: Hasil dari Observasi Peneliti, 2026)

Berdasarkan tabel tersebut, oleh karena itu Konsumen cenderung menilai kualitas makanan dari kesegaran bahan dan cita rasa yang dihasilkan. Selain itu, tampilan makanan juga menjadi kesan pertama yang memengaruhi minat konsumen sebelum mencicipinya sedangkan rasa merupakan faktor utama yang menentukan kepuasan pelanggan, karena berkaitan langsung dengan pengalaman saat mengonsumsi makanan. Di sisi lain, porsi yang sesuai dan konsisten juga penting agar konsumen merasa mendapatkan nilai yang seimbang dengan harga yang dibayarkan. Selain itu, aspek kebersihan dan

⁹ Ade Tiara Yulinda, Erwin Febriansyah, Fenti Sukma Riani, "Pengaruh Store'S Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nick Coffee," *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 9, no. 1 (2021): 6.

keamanan pangan menjadi perhatian utama konsumen dalam memilih tempat makan.

Dengan demikian, kualitas produk dalam usaha kuliner tidak hanya dilihat dari satu aspek, melainkan dari berbagai unsur yang saling mendukung. Secara keseluruhan, kelima indikator tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk pada Lalapan Murah Mas Ndut dinilai melalui kombinasi aspek fisik, sensorik, estetika, dan higienitas. Apabila seluruh indikator tersebut terpenuhi secara optimal, maka persepsi kualitas produk akan meningkat, yang pada akhirnya dapat memengaruhi *Consumer Decision*. Keunggulan dari sisi harga dan kualitas produk tersebut akan dianalisis lebih lanjut melalui penilaian konsumen, sehingga menjadikan Lalapan Murah Mas Ndut relevan untuk diteliti dalam kaitannya dengan pengaruh harga dan kualitas produk terhadap *Consumer Decision*.

Sebagai penguatan terhadap pemilihan variabel penelitian, peneliti melakukan pra-penelitian melalui penyebaran Kuesioner awal kepada konsumen di Lalapan Murah Mas Ndut. Tujuan dari dilakukannya Pra-penelitian ini untuk mengetahui faktor utama yang menjadi alasan konsumen dalam memilih membeli di Lalapan Murah Mas Ndut dibandingkan dengan warung lalapan lainnya. *consumer decision* berkaitan erat dengan elemen-elemen dalam bauran pemasaran. Bauran pemasaran atau marketing mix terdiri dari empat komponen utama, yaitu Product (produk), Price (harga), dan Place (lokasi), Promotion (promosi). Keempat unsur ini memiliki peran yang sangat penting dalam strategi pemasaran perusahaan dan sangat berpengaruh terhadap

consumer decision dalam melakukan pembelian.¹⁰ Oleh karena itu pra-penelitian tersebut disajikan dalam tabel dari empat indikator tersebut. Hasil pra-penelitian tersebut disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1. 5: Data Faktor *Consumer Decision*

No	Alasan Memilih	Jumlah Responden	Persentase
1.	Harga (<i>Price</i>)	21	52,5%
2.	Kualitas Produk (<i>Product</i>)	15	37,5%
3.	Tempat (<i>Place</i>)	3	7,5%
4.	Promosi (<i>Promotion</i>)	1	2,5%
Total		40	100%

(Sumber: Data diolah peneliti, 2026)

Berdasarkan tabel yang disajikan diatas, faktor promosi merupakan faktor yang dipilih paling sedikit oleh responden, yaitu hanya 1 orang (2,5%), sehingga dinilai memiliki pengaruh paling kecil terhadap *consumer decision*. Kondisi ini dapat dijelaskan karena pada produk makanan, khususnya usaha kuliner skala kecil seperti Lalapan Murah Mas Ndut, *consumer decision* umumnya lebih dipengaruhi oleh pengalaman langsung dibandingkan aktivitas promosi. Sebanyak 52,5% (21 responden) mayoritas orang memilih harga sebagai alasan yang dominan dalam memilih produk Lalapan Murah Mas Ndut, sedangkan sebanyak 37,5% (15 responden) mayoritas orang memilih kualitas produk sebagai alasan yang dominan setelah pemilihan dari segi harga. Konsumen cenderung menilai kepuasan dari rasa makanan, kualitas bahan, porsi, serta kesesuaian harga dengan manfaat yang diperoleh.

Selain itu, promosi pada usaha makanan sederhana sering kali bersifat minimal atau tidak formal, sehingga tidak menjadi pertimbangan utama bagi

¹⁰ Philip Kotler *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 13. Jilid 1. Erlangga: Jakarta, 2012).

konsumen dalam menilai kepuasan. Banyak konsumen mengetahui dan memilih tempat makan melalui rekomendasi mulut ke mulut, kebiasaan, atau pengalaman sebelumnya, bukan karena promosi yang dilakukan secara intensif. Oleh karena itu, meskipun promosi merupakan salah satu unsur bauran pemasaran, dalam konteks produk makanan faktor ini memberikan kontribusi yang relatif kecil terhadap *consumer decision* dibandingkan dengan kualitas produk dan harga, yang secara langsung dirasakan oleh konsumen saat mengonsumsi makanan tersebut.¹¹

Dalam konteks ini, meskipun istilah harga, kualitas produk, tempat, dan promosi memiliki kesamaan istilah dengan unsur bauran pemasaran atau marketing mix, namun fungsi dan kedudukannya berbeda. Faktor-faktor pada tabel lebih menekankan pada penilaian konsumen terhadap manfaat yang dirasakan, Oleh karena itu, faktor yang paling menentukan *consumer decision* dalam penelitian ini bukanlah keseluruhan unsur bauran pemasaran atau marketing mix, melainkan faktor-faktor yang secara langsung dirasakan dan dialami konsumen, terutama harga dan kualitas produk.¹²

Dengan demikian, rendahnya pemilihan faktor promosi tidak dapat diartikan bahwa promosi tidak penting dalam bauran pemasaran, melainkan menunjukkan bahwa dalam penilaian *consumer decision* produk makanan, promosi bukan faktor utama yang dirasakan manfaatnya. *consumer decision* lebih ditentukan oleh kesesuaian antara harga dan kualitas produk serta pengalaman konsumsi yang diperoleh, sehingga penelitian ini difokuskan pada

¹¹ K. L. Kotler, P., & Keller, "Marketing Management," in (15th Ed.). Pearson Education., 2016, 582.

¹² Yodi Pratama, "Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran : Analisis Data Strategi Di Era Digital," in *Eureka Media Aksara* (Purbalingga, 2023).

faktor-faktor yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap *consumer decision*.¹³

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen, terutama ketika harga yang ditetapkan sesuai dengan nilai dan kualitas produk yang diterima pelanggan. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh M. Soleh Mauludin mengungkapkan bahwa etika penetapan harga berpengaruh positif terhadap *consumer decision*.¹⁴ Selain itu, penelitian oleh Muhammad Iqbal Baitullah juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh dan signifikan terhadap *consumer decision*.¹⁵ Berdasarkan latar belakang ini, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap *Consumer Decision* (Studi pada Lalapan Murah Mas Ndut Ngronggo, Kota Kediri)”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Harga pada Lalapan Murah Mas Ndut Ngronggo Kota Kediri?
2. Bagaimana Kualitas Produk pada Lalapan Murah Mas Ndut Ngronggo Kota Kediri?
3. Bagaimana *Consumer Decision* pada Lalapan Murah Mas Ndut Ngronggo Kota Kediri?
4. Bagaimana pengaruh Harga terhadap *Consumer Decision* pada Lalapan

¹³ P. Ratnawati, E., Mubarakah, M., & Wijayati, “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas : Studi Kasus Kecel Jeruk Pecel Tulen Di Kota Surabaya,” *Jurnal Manajemen : Usaha Kecil dan Menengah (UKM)* 17, no. 1 (2024).

¹⁴ M. Soleh Mauludin, “PERAN ETIKA PENETAPAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM LAYANAN HOMESTAY,” *Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam* 6, no. 2 (2025): 676–694.

¹⁵ Widyaningsih Putri Ariyanti¹, Haris Hermawan², and Ahmad Izzudin³, “PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN,” *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik* 9, no. 1 (2022).

Murah Mas Ndut Ngronggo Kota Kediri?

5. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap *Consumer Decision* pada Lalapan Murah Mas Ndut Ngronggo Kota Kediri?
6. Bagaimana pengaruh Hargar dan Kualitas Produk terhadap *Consumer Decision* pada Lalapan Murah Mas Ndut Ngronggo Kota Kediri?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Harga pada Lalapan Murah Mas Ndut Ngronggo Kota Kediri.
2. Untuk mengetahui Kualitas Produk pada Lalapan Murah Mas Ndut Ngronggo Kota Kediri.
3. Untuk mengetahui *Consumer Decision* pada Lalapan Murah Mas Ndut Ngronggo Kota Kediri.
4. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap *Consumer Decision* pada Lalapan Murah Mas Ndut Ngronggo Kota Kediri.
5. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap *Consumer Decision* pada Lalapan Murah Mas Ndut Ngronggo Kota Kediri.
6. Untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap *Consumer Decision* pada Lalapan Murah Mas Ndut Ngronggo Kota Kediri.

D. Manfaat Penelitian

1. Kegunaan Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan terhadap pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan konsep bauran pemasaran (marketing mix), terutama pada aspek harga dan kualitas produk dalam hubungannya dengan *consumer decision*. Hasil

penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji perilaku konsumen pada sektor usaha kuliner.

2. Kegunaan Secara Praktis

a. Bagi Pelaku Usaha

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan evaluasi bagi pelaku usaha kuliner, khususnya Lalapan Murah Mas Ndut, dalam menentukan strategi penetapan harga serta meningkatkan kualitas produk guna mencapai *consumer decision* agar lebih optimal. Dengan demikian, temuan penelitian ini dapat digunakan untuk menjaga loyalitas pelanggan yang telah ada sekaligus menarik konsumen baru.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi kalangan akademisi, khususnya mahasiswa, mengenai penerapan konsep harga dan kualitas produk dalam meningkatkan *consumer decision* pada usaha kuliner. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dalam penyusunan penelitian selanjutnya.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada masyarakat selaku konsumen dalam mengevaluasi keselarasan antara harga yang ditetapkan dan kualitas produk pada suatu usaha kuliner, sehingga dapat dijadikan dasar pertimbangan dalam menentukan *consumer decision*.

d. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman dan pemahaman peneliti dalam menerapkan teori pemasaran, khususnya terkait

pengaruh harga dan kualitas produk terhadap *consumer decision*, serta menjadi sarana pengembangan kemampuan peneliti dalam melakukan penelitian ilmiah.

E. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh M. Soleh Mauludin (2025) berjudul Peran etika dalam penetapan harga terhadap kepuasan konsumen pada layanan homestay, Penelitian ini bertujuan untuk menggali dan menganalisis secara komprehensif bagaimana penerapan etika dalam menentukan harga dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan pada jasa homestay., dengan fokus studi kasus pada Homestay Delila di Jl. Sunan Drajat, Kediri. Menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini berupaya mengeksplorasi perspektif dan pengalaman konsumen serta pemilik homestay terkait praktik penetapan harga yang dianggap etis dan dampaknya terhadap tingkat kepuasan. Konsep harga dan kepuasan konsumen menjadi landasan teoretis untuk menganalisis data. Perbedaan antara penelitian ini dan penelitian terdahulu terletak pada pendekatan dan objek penelitian. Penelitian terdahulu menggunakan metode kualitatif dan berfokus pada layanan homestay, sedangkan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan dilakukan pada usaha kuliner Lalapan Murah Mas Ndut Ngronggo Kota Kediri. Selain itu, penelitian ini menambahkan kualitas produk sebagai variabel tambahan yang memengaruhi kepuasan konsumen. Kesamaannya, kedua penelitian sama-sama meneliti pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen, di mana harga dianggap sebagai faktor penting dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa etika penetapan harga berpengaruh

positif terhadap kepuasan konsumen, sedangkan penelitian ini menekankan pengaruh harga dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Lalapan Murah Mas Ndut.¹⁶

2. Penelitian yang dilakukan oleh Ella Laela (2021) berjudul Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Padarumah Makan Ciganea Purwakarta, Vol. 8 No.1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat konsumen untuk membeli kembali. Dalam penelitian ini digunakan tiga variabel independen yaitu Kualitas Makanan (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Persepsi Harga (X3) sedangkan Minat Pembelian Berulang (Y) sebagai variabel dependen. erbedaan penelitian ini terletak pada variabel dan objek, di mana penelitian terdahulu berfokus pada minat pembelian ulang di Rumah Makan Ciganea Purwakarta, sedangkan penelitian ini berfokus pada harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Lalapan Murah Mas Ndut Ngronggo, Kota Kediri. Kesamaannya adalah sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan membahas pengaruh kualitas serta harga terhadap perilaku konsumen. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas makanan, kualitas pelayanan, dan persepsi harga berpengaruh terhadap minat pembelian ulang konsumen. Sementara itu, penelitian ini berfokus untuk menganalisis apakah harga dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, khususnya pada Lalapan Murah Mas Ndut Ngronggo di Kota Kediri.¹⁷

¹⁶ Mauludin, "PERAN ETIKA PENETAPAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM LAYANAN HOMESTAY."

¹⁷ Ella Laela, "KUALITAS MAKANAN, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG PADA RUMAH MAKAN CIGANEA

3. Penelitian yang dilakukan oleh Verry Aldian Saputra (2025) berjudul Peran Manajemen Produksi Dalam Meningkatkan Kualitas Produk Tahu Takwa (Studi Umkm Gudange Tahu Takwa Kelurahan Toyoresmi, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan peran manajemen produksi dalam upaya meningkatkan kualitas di UMKM Gudange Tahu Takwa Kediri. Manajemen produksi merupakan salah satu komponen paling penting dalam menciptakan produk berkualitas tinggi. Sebagai jantung dari proses ini, manajemen produksi berfungsi untuk memastikan bahwa standar mutu. Penggunaan manajemen dalam proses produksi menjadi salah satu metode yang efektif untuk mendapatkan kualitas terhadap produk. UMKM Gudange Tahu Takwa menerapkan manajemen dalam proses produksinya agar tercipta kualitas untuk memenuhi keinginan konsumen. Perbedaan penelitian ini terletak pada fokus dan objek, di mana penelitian terdahulu menitikberatkan pada manajemen produksi, sedangkan penelitian ini berfokus pada harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Lalapan Murah Mas Ndut Ngronggo, Kota Kediri. Kesamaannya adalah sama-sama membahas kualitas produk sebagai faktor penting dalam usaha kuliner. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penerapan manajemen produksi yang baik dapat meningkatkan kualitas produk sehingga mampu memenuhi harapan konsumen. Sementara itu, penelitian ini berfokus untuk menganalisis apakah harga dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, khususnya pada Lalapan Murah Mas Ndut Ngronggo di Kota Kediri.¹⁸

PURWAKARTA,” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 8, no. 1 (2021): 180 – 186.

¹⁸ Verry Aldian Saputra, “PERAN MANAJEMEN PRODUKSI DALAM MENINGKATKAN

4. Penelitian yang dilakukan oleh Stevani Nur Qasanah (2025) berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Hakiky Bakery Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan). Persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat mendorong pelaku usaha untuk fokus pada kualitas produk dan strategi harga yang kompetitif dalam menarik minat konsumen. Hakiky Bakery di Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan, menjadi salah satu toko roti yang unggul karena memiliki variasi produk yang banyak dan harga yang terjangkau. Perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian, di mana penelitian terdahulu dilakukan di Hakiky Bakery, sedangkan penelitian ini dilakukan pada Lalapan Murah Mas Ndut Ngronggo, Kota Kediri. Kesamaannya adalah sama-sama menggunakan metode kuantitatif serta variabel harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga merupakan faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan hasil observasi terhadap 35 responden, sebanyak 20 orang (57,1%) menyatakan bahwa kualitas produk menjadi faktor utama dalam melakukan pembelian, sedangkan 12 orang (34,3%) menyatakan bahwa harga menjadi faktor penentu. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan harga dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Sementara itu, penelitian ini berfokus untuk menganalisis apakah harga dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap consumer decision (keputusan pembelian)

pada Lalapan Murah Mas Ndut Ngronggo, Kota Kediri.¹⁹

5. Penelitian yang dilakukan oleh Bayu Sutrisna Aria Sejati (2016) berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks, Vol. 5 No.3. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan keputusan pembelian pada Starbuck Coffee Cabang Galaxy Mall Surabaya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen yang berada di Starbucks Coffee Cabang Galaxy Mall Surabaya. Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel dan objek, di mana penelitian terdahulu menggunakan tiga variabel (kualitas produk, pelayanan, dan harga), sedangkan penelitian ini hanya menggunakan harga dan kualitas produk pada Lalapan Murah Mas Ndut Ngronggo, Kota Kediri. Kesamaannya adalah sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan membahas faktor yang memengaruhi keputusan pembeli. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Sementara itu, penelitian ini berfokus untuk menganalisis apakah harga dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, khususnya pada Lalapan Murah Mas Ndut Ngronggo, di Kota Kediri.²⁰
6. Penelitian yang dilakukan oleh Denny Aditya Rachman (2017) berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

¹⁹ STEVANI NUR QASANAH, "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen Hakiky Bakery Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan) SKRIPSI," in *Undergraduate (S1) Thesis, IAIN Kediri.*, 2025.

²⁰ Bayu Sutrisna Aria Sejati, "PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA STARBUCKS," *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 5, no. 3 (2016).

- (Studi Kasus Pada Rumah Makan Wajan Mas Kudus) Vol. 6 No.4. Perkembangan dan persaingan bisnis jasa kuliner semakin meningkat pesat. Mereka bersaing dalam memberikan layanan terbaik untuk mempertahankan pelanggan. Penelitian ini dilakukan pada Rumah Makan (RM) Wajan Mas Kudus. Dari data penjualan RM Wajan Mas Kudus, dapat ditemukan adanya fluktuasi penjualan dan jumlah keluhan konsumen RM Wajan Mas Kudus terkait kualitas layanan dan lezatnya makanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan (X1) dan harga (X2) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) pada RM Wajan Mas Kudus. Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel dan objek, di mana penelitian terdahulu menggunakan kualitas pelayanan dan harga, sedangkan penelitian ini menggunakan harga dan kualitas produk pada Lalapan Murah Mas Ndut Ngronggo, Kota Kediri. Kesamaannya adalah sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan membahas faktor harga dalam keputusan pembelian. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Sementara itu, penelitian ini berfokus untuk menganalisis apakah harga dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, khususnya pada Lalapan Murah Mas Ndut Ngronggo di Kota Kediri.²¹
7. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Iqbal Baitullah (2024) berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Makan Kong Katsu Di Sampit Vol.4 No.1.

²¹ Denny Aditya Rachman, "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA RUMAH MAKAN WAJAN MAS KUDUS)," *JOURNAL OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE* 6, no. 4 (2017).

Penelitian ini adalah Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Makan Kong Katsu di Sampit. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik accidental sampling dimana pengambilan anggota sampel dan populasi dilakukan secara kebetulan, yaitu siapa saja responden yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel dan objek, di mana penelitian terdahulu menambahkan variabel promosi, sedangkan penelitian ini hanya menggunakan harga dan kualitas produk pada Lalapan Murah Mas Ndut Ngronggo, Kota Kediri. Kesamaannya adalah sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan membahas kualitas produk serta harga terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen (*Baitullah, 2024*). Sementara itu, penelitian ini berfokus untuk menganalisis apakah harga dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, khususnya pada Lalapan Murah Mas Ndut Ngronggo di Kota Kediri.²²

Penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen, khususnya di bidang kuliner. Sebagian besar penelitian menggunakan metode kuantitatif dan menghasilkan temuan yang konsisten bahwa harga yang sesuai dan kualitas produk yang baik dapat meningkatkan

²² Muhammad Iqbal Baitullah, "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WARUNG MAKAN KONG KATSU DI SAMPIT," *E-Jurnal Surplus (Jurnal Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan)* 4, no. 1 (2024): 510–521.

minat dan kepuasan pelanggan. Beberapa penelitian juga menambahkan variabel lain seperti pelayanan, promosi, dan persepsi harga untuk memperluas analisis. Selain itu, terdapat penelitian yang menyoroti pentingnya manajemen produksi dalam meningkatkan kualitas produk serta etika penetapan harga dalam memengaruhi kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa berbagai faktor saling berkaitan dalam membentuk keputusan dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini melanjutkan kajian tersebut dengan fokus pada pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Lalapan Murah Mas Ndut Ngronggo Kota Kediri.