

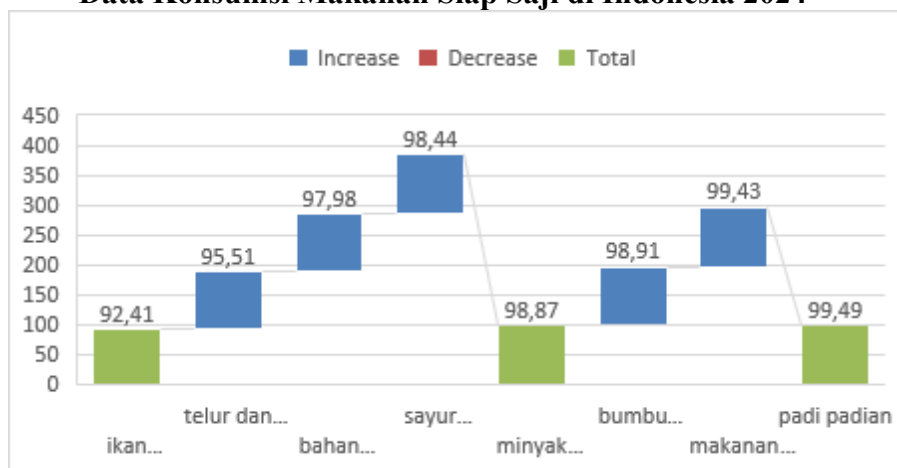
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bisnis kuliner menjadi salah satu sektor usaha yang diminati karena makanan merupakan kebutuhan utama manusia. Saat ini, banyak orang lebih memilih makanan siap saji, terutama karena makanan tradisional umumnya sulit dibuat dan membutuhkan waktu lama dalam proses pembuatannya.¹

Gambar 1.1
Data Konsumsi Makanan Siap Saji di Indonesia 2024



Sumber: BPS (Badan Pusat Statistika)

Berdasarkan data indeks kesejahteraan Rakyat 2024 dari Badan Pusat Statistika (BPS), makanan dan minuman jadi menempati posisi kedua sebagai komoditas makanan yang paling banyak dikonsumsi oleh rumah tangga di Indonesia, dengan tingkat konsumsi mencapai 99,43%. Angka ini hanya sedikit lebih rendah dibandingkan konsumsi komoditas padi-padian yang berada

¹ Almira Damayanti et al., "Pengaruh E-Wom Dan Media Sosial (Instagram Dan Tiktok) Terhadap Persepsi Masyarakat Pada Perkembangan Usaha Kuliner Tradisional Di Jakarta," (*Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*) 8 (2025). 22-23 DOI:10.54371/jiip.v8i2.7065

diurutan pertama, yaitu sebesar 99,49%.²

Makanan dan minuman jadi merujuk pada produk yang telah melalui proses pengolahan dan siap dikonsumsi tanpa perlu persiapan tambahan yang berarti. Produk ini bisa dikemas dengan baik, memiliki daya simpan yang cukup lama, dan dirancang untuk memberikan kemudahan bagi konsumen. Contohnya termasuk roti, biskuit, kue kering, mi instan, makanan kaleng, makanan beku, serta minuman dalam kemasan yang semuanya mudah ditemukan di minimarket maupun supermarket. Disisi lain, makanan yang cocok vegetarian seperti sayur-sayuran dan buah-buahan juga memiliki tingkat konsumsi yang tinggi, masing-masing sebesar 98,44% dan 91,02%. Makanan laut seperti ikan, udang, cumi, dan kerang juga menjadi pilihan populer dengan tingkat konsumsi sebesar 92,41%. Sementara itu, umbi-umbian tercatat sebagai komoditas makanan dengan tingkat konsumsi paling rendah di tahun 2024, yakni hanya 55,00%.³

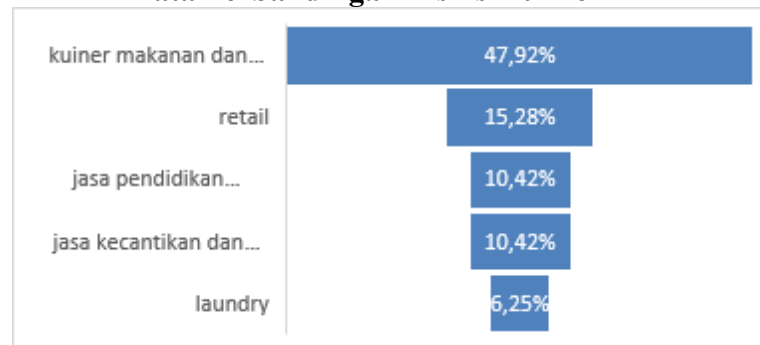
Meskipun demikian, makanan tradisional tetap memiliki cita rasa yang khas, unik, dan banyak digemari oleh berbagai kalangan, persaingan dalam bisnis kuliner tetap terjadi meskipun terdapat beragam jenis produk makanan. Setiap pelaku usaha berupaya menarik minat konsumen dengan menawarkan keunggulan masing-masing, baik dari segi kualitas produk maupun harga. Penentuan harga menjadi faktor penting dalam berkelanjutan bisnis karena berpengaruh pada daya saing serta keuntungan yang diperoleh perusahaan.⁴

² Beverage Service and Activities Statistics, *Statistik Penyediaan* (Badan Pusat Statistik/BPS-Statistics Indonesia, 2024). 15

³ Service and Statistics.

⁴ Rachmat Ramadhani Erna Nur Ifah, "Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Keputusan

Gambar 1.2
Data Perbandingan Bisnis Kuliner



Sumber:Kementrian Perdagangan RI

Faktor yang memotivasi UMKM untuk terus tumbuh dan bertahan di era bisnis dalam masyarakat adalah mempertahankan kualitas dari barang yang di produksi.⁵ Persaingan yang ketat membuat produsen berusaha semaksimal mungkin untuk menarik perhatian konsumen. Oleh karena itu, pengusaha dituntut untuk selalu berinovasi dan kreatif demi mempertahankan pelanggan. Selain itu, pengusaha perlu mengikuti perkembangan trend global, terutama terkait produk dan harga. Hal ini karena kualitas produk memengaruhi nilai jualnya

Kotler dan Koller mengatakan bahwa kualitas produk secara langsung mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dan kesetiaan mereka, yang pada akhirnya berdampak pada penetapan harga dan daya saing produk pasar.⁶ Semakin tinggi kualitas suatu produk, semakin tinggi pula harganya.

Pembelian Di Pasar Tradisional,” *Jurnal Minfo Polgan* 13 (2024): 657–67, <https://doi.org/DOI : https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13772>.

⁵ Anadda Nikita and Shani Salsabila, “Pengaruh Harga , Variasi Produk , Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang UMKM Gita,” *Jurnal Mahasiswa Universitas Kalbis* 10, no. 2 (2024): 166–77, <https://doi.org/https://doi.org/10.53008/kalbisiana.v10i2.737>.

⁶ Zainal Aripin, *Marketing Managemen* (DEEPUBLISH (grub penerbitan CV budi utama, 2021). 46-51

Sebaliknya, jika kualitasnya biasa saja, maka harga cenderung lebih murah.⁷

Saat ini meningkatnya UMKM memicu persaingan yang semakin ketat dalam dunia usaha. Untuk membangun daya saing yang kuat, diperlukan keterampilan dalam memahami konsep kualitas dan strategi pemasaran produk.⁸

Persaingan dalam bidang usaha kuliner terus mengalami peningkatan, khususnya di segmen makanan khas daerah seperti pempek. Kondisi ini menuntut para pelaku usaha untuk lebih inovatif dan responsif terhadap perubahan pasar. Keberhasilan bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat sangat bergantung pada penerapan strategi pemasaran yang tepat, dengan fokus utama pada pengembangan produk dan penyesuaian harga. Inovasi dalam produk menjadi penting untuk mempertahankan minat konsumen terhadap rasa dan penyajian, sedangkan strategi penetapan harga harus mencerminkan nilai produk agar tetap bersaing. Oleh karena itu strategi pemasaran yang terencana menjadi elemen kunci dalam mempertahankan posisi usaha kuliner tradisional seperti pempek di tengah perubahan selera konsumen.⁹

Salah satu tahap penting dalam perilaku konsumen adalah pengambilan keputusan pembelian. Sebelum membeli suatu produk, konsumen

⁷ Zenia Perwitasari & Agus Hermani DS, "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TEH BOTOL SOSRO (Studi Kasus Pada Konsumen Teh Botol Sosro Yang Melakukan Pembelian Di Indomaret Kelurahan Tembalang)," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 7 (2018): 23, <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jiab.2018.20925>.

⁸ Syahidin Intan Nurrachmi, Dyah Maharani, *Kewirausahaan Pola Pikir, Pengetahuan Dan Keterampilan*, 2021. 77-80

⁹ Deka Anggun Lestari, Endah Dewi Purnamasari, and Budi Setiawan, "Pengaruh Payment Gateway Terhadap Kinerja Keuangan UMKM," *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi* 1, no. 1 (2020): 1–10, <https://doi.org/10.47747/jbme.v1i1.20>.

mempertimbangkan berbagai faktor. Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan konsumen sangat penting untuk mempertahankan dan memperluas segmen pasar. Umumnya konsumen menentukan pilihan pembelian berdasarkan kualitas produk dan harga.¹⁰ Karena itu perusahaan berupaya untuk selalu memahami kebutuhan konsumen guna memperoleh posisi yang kuat dalam pikiran mereka.

Keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan oleh konsumen saat memilih salah satu dari berbagai alternatif yang tersedia. Proses ini melibatkan pemahaman, integrasi informasi, serta evaluasi terhadap beberapa pilihan sebelum menentukan keputusan akhir. Suharno menjelaskan bahwa keputusan pembelian terdiri dari serangkaian langkah yang diambil oleh konsumen sebelum membeli suatu produk.

Sebelum mengambil keputusan untuk membeli, pelanggan perlu mempertimbangkan berbagai aspek. Proses ini melibatkan beberapa tahapan yang harus dilalui oleh konsumen sebelum mencapai keputusan akhir. Keputusan untuk membeli atau tidak membeli suatu produk, terutama dalam konteks kebutuhan kelompok atau kerumunan, sering kali melibatkan banyak pihak yang turut memengaruhi proses pengambilan keputusan.¹¹

Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan zat berbahaya dalam produk makanan, seperti formalin, boraks, dan rhodamine B, masih banyak ditemukan

¹⁰ Helda Jaya Puspita and Amalia Malik, "Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian : Systematic Review," 2024. 19

¹¹ Sekolah Tinggi et al., "PENGARUH ATMOSPHERE STORE, DESAIN PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Di Rown Division Surakarta)," *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan* 7, no. 2 (2020): 143–52.

di Indonesia. Bahan tambahan makanan (BTM) atau zat aditif merupakan zat kimia yang sengaja ditambahkan dalam proses produksi, pengolahan, pengemasan, atau penyimpanan makanan. Beberapa diantaranya berbahaya, seperti formalin, boraks, dan rhodamine B. Menurut Faoziyah et al, zat-zat ini kerap digunakan untuk memperpanjang masa simpan makanan, mencegah pertumbuhan mikroba, menstabilkan kualitas pangan, serta meningkatkan cita rasa, warna, dan aroma makanan. Namun data dari BPOM (2020) menunjukkan bahwa penggunaan zat-zat berbahaya ini masih cukup tinggi pada produk jajanan, yaitu boraks ditemukan pada 58% sampel (67 temuan) dan rhodamine B pada 21% (24 temuan). Bahkan formalin sering dijumpai dalam makan yang beredar luas. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun tingkat pengetahuan tentang bahaya zat kimia dalam makanan sudah meningkat, perubahan perilaku konsumsi belum sepenuhnya terjadi.¹²

Faktor produk dan harga merupakan dua aspek utama yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Produk yang ditawarkan harus memiliki kualitas tinggi, keunikan, serta tampilan menarik agar dapat menarik minat pembeli. Produk berkualitas tidak hanya meningkatkan daya tarik bagi konsumen, tetapi juga membantu perusahaan bertahan dan bersaing di pasar.

Kualitas produk dan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dikarenakan konsumen sangat

¹² Gina Rifaatul et al., "IDENTIFIKASI BAHAN TAMBAHAN MAKANAN (BTM) BERBAHAYA (FORMALIN, RHODAMINE B, DAN BORAKS) PADA MAKANAN YANG BANYAK DIPERJUALBELIKAN DI PASAR ATAS KOTA CIMAHI," *Jurnal Kesehatan Kartika* 18, no. 2 (2023). 31-32

mempertimbangkan dampak yang mungkin ditimbulkan sebelum untuk membeli suatu produk.¹³

Selain itu harga juga menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian. Penetapan harga oleh perusahaan sangat berpengaruh terhadap minat konsumen. Harga adalah faktor terkendali kedua yang dapat dikelola oleh tim penjualan atau pemasaran. Salah satu strategi yang dapat diterapkan oleh pelaku usaha adalah menawarkan harga yang lebih kompetitif dibandingkan pesaing.

Produk berkualitas dengan harga terjangkau cenderung lebih diminati, sementara harga yang tidak sesuai dengan kualitas produk dapat membuat konsumen berpikir ulang sebelum membeli.¹⁴ Menurut Kotler & Armstrong (2013), harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan untuk memperoleh barang atau jasa, atau nilai uang yang ditukarkan oleh konsumen sebagai imbalan atas manfaat dari kepemilikan atau penggunaan produk atau jasa. Dalam bauran pemasaran, harga berperan sebagai salah satu yang dapat mempengaruhi permintaan serta menjadi faktor utama dalam menentukan posisi produk di pasar.¹⁵

Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI) merupakan salah satu kabupaten yang ada di Sumatera Selatan dengan luas 17.071,33 km².¹⁶ Mengingat kondisi

¹³ Yunita Fitri Wahyuningtyas Tasya Yulisinaini, "Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Pasta Gigi Click The Influence of Use of The Nct 127 Ambassador Brand," *Jurnal Tambora E-ISSN: 8*, no. 1 (2024): 30–42, <https://doi.org/https://doi.org/>.

¹⁴ Desi Permata Sari, "Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran)" 2, no. 4 (2021): 524–533.

¹⁵ Yudhistira Adwimurti, "Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Moderasi," *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS* 3, no. 1 (2023): 74–90.

¹⁶ Badan Pusat Statistik Sumatera Selatan <https://sumsel.bps.go.id/id/statistics->

dan kebutuhan masyarakat terkait keberadaan kuliner pempek di Kabupaten OKI telah meluas di berbagai kuliner pempek yang diinginkan masyarakat. Hal ini secara khusus dapat dilihat dalam skala yang lebih kecil khususnya di Kecamatan Lempuing di Desa Tugu mulyo yang merupakan pusatnya oleh-oleh makanan khas dan tempatnya yang strategis di tengah kota, dimana juga terdapat beberapa kuliner pempek diantaranya sebagai berikut:

Tabel 1.1
Nama Kuliner Pempek di Desa Tugumulyo Kecamatan Lempuing

No.	Kuliner pempek	Tahun berdiri
1	Pempek Nova	2010
2	Pempek Syahira	2008
3	Pempek Mahya	2015
4	Pempek Cek Ara	2011
5	Pempek Bio	2014
6	Pempek Putri Maharani	2017

Sumber: Data Observasi

Guna memenuhi keinginan para kuliner pempek, banyak sekali pelaku usaha yang menawarkan pempek dan tentunya memiliki harga dan produk yang berbeda-beda. Dengan begitu dapat menjadi ciri khas serta keunggulan tersendiri bagi pelaku usaha pempek. Oleh karena itu diantara keenam usaha pempek yang telah disebutkan pada tabel 1.1 di atas, maka peneliti mengambil data dengan menggunakan perbandingan tiga usaha pempek yang dipilih berdasarkan selisih tahun berdirinya yang tidak jauh berbeda, diantaranya yaitu Pempek Syahira, Pempek Nova dan Pempek Mahya. Peneliti melakukan perbandingan ditinjau dari

segi pemasaran dengan menerapkan teori bauran pemasaran 4P menurut Kotler & Armstrong yang meliputi: faktor produk, harga, promosi dan lokasi.¹⁷ Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti diperoleh perbandingan dari 3 usaha pempek sebagai berikut.

Tabel 1.2
Perbandingan Pempek Syahira, Pempek Nova, dan Pempek Mahya di Desa Tugumulyo Kecamatan Lempuing

Keterangan	Pempek Syahira	Pempek Mahya	Pempek Nova
Produk	-pempek lenjer besar -lenggang granat -kapal selam -pempek lemjar kecil -pempek kritik -pempek adaan -pempek kulit -pempek telur kecil -otak-otak -tekwan -model	-pempek kapal selam -pempek kecil -lenjer kecil -pempek telur kecil -pempek kulit -model -tekwan	-pempek kecil -pempek kapal selam -tekwan -model -pangsit kuah merah -batagor
Harga	- 25.000 - 14.000 - 12.000 - 10.000 - 10.000 - 2.500 - 2.500 - 2.500 - 2.500 - 2.500 - 2.500	- 8.000 - 2.000 - 2.000 - 2.000 - 2.000 - 8.000 - 8.000	- 2.000 - 10.000 - 10.000 - 10.000 - 12.000 -10.000
Promosi	Melalui lisan dan media sosial seperti Instagram, WhatsApp,	Hanya melalui lisan saja	Melalui lisan dan media sosial seperti facebook dan whatsapp saja

¹⁷ 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.

	Facebook, Tokopedia		
Lokasi	Strategis dipusat kota Halaman luas Terdapat ruang tunggu Tempat makan ada dan nyaman	Halaman luas Ada tempat tunggu	Strategus Ada tempat tunggu Halaman luas

Sumber :Data Hasil Observasi

Berdasarkan tabel 1.2 dapat diketahui bahwa Pempek Syahira memiliki beberapa kelebihan dibanding dengan Pempek Mahya dan Pempek Nova. Pada Pempek Syahira memiliki produk yang lebih banyak sehingga dapat memenuhi keinginan pelanggan. Selain itu harga yang ditawarkan di Pempek Syahira relatif terjangkau dengan *range* Rp.2.500,- hingga Rp.25.000 dibanding dengan dua kuliner pempek pembanding.

Pempek syahira merupakan usaha pempek yang didirikan oleh ibu syerli melati beserta suaminya yang terletak di jalan Lintas Sumatera, kampung 2, Tugumulyo, Kec, Lempuing, Kab, Ogan Komering Ilir Sumatera Selatan sejak tahun 2008 buka setiap hari mulai pukul 07.00 WIB sampai pukul 21.00 WIB. Sejak berdirinya usaha pempek sampai saat ini telah mengalami perubahan dalam berbagai hal mulai dari harga dan juga produk. Usaha Pempek Syahira memiliki beberapa produk unggulan yang banyak diminati oleh para konsumen diantaranya yaitu :

Tabel 1.3
Produk yang Paling Banyak diminati oleh Konsumen Pempek Syahira di
Desa Tgumulyo Kecamatan Lempuing

NO	Produk	Jumlah Konsumen
1	Pempek Kapal Selam	15
2	Pempek lenjar	6
3	Pempek telur	9
4	Pempek adaan	4
5	Pempek kulit	6
	jumlah	40

Sumber: Data Hasil Observasi

Berdasarkan tabel 1.3 dapat diketahui bahwa produk yang paling banyak diminati oleh konsumen pada usaha pempek syahira yaitu pempek kapal selam. Hal tersebut dibuktikan dengan tabel diatas bahwa produk pempek kapal selam mendapatkan poin tertinggi yaitu sebanyak 15 konsumen. Oleh karena itu, peneliti memutuskan memilih produk pempek kapal selam untuk dijadikan sebagai obyek penelitian. Maka dari itu peneliti melakukan survei terkait alasan konsumen dalam membeli produk pempek kapal selam di usaha pempek syahira, sehingga diperoleh data sebagai berikut.

Tabel 1.4
Alasan Konsumen dalam Memilih Produk Pempek kapal Selam di Pempek
Syahira di Desa Tugumulyo Kecamatan Lempuing

No	Faktor	Jumlah konsumen
1	<i>Product</i>	18
2	<i>Price</i>	11
3	<i>Promotion</i>	7
4	<i>Place</i>	4
	Jumlah	40

Sumber: Data Hasil Observasi Maret 2025

Berdasarkan tabel 1.4 diatas diketahui bahwa alasan konsumen dalam membeli produk pempek kapal selam di pempek syahira yaitu berbeda-beda. Dari hasil observasi peneliti tersebut menunjukkan faktor yang banyak dipilih oleh konsumen yaitu faktor produk dan faktor harga yang dibuktikan dengan hasil survei penyebaran kuesioner yaitu faktor produk sebanyak 18 pelanggan dan faktor harga sebanyak 11 pelanggan.

Keberhasilan Pempek Syahira dalam menarik konsumen tercermin dari tingginya minat beli yang dipicu oleh kualitas produk yang baik. Namun, tantangan yang dihadapi adalah bagaimana mempertahankan daya tarik tersebut sekaligus menetapkan harga yang sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen. Dalam pasar kuliner yang semakin kompetitif, Pempek Syahira perlu menyeimbangkan kualitas produk yang unggul dengan harga yang terjangkau. Hal ini akan menjadi kunci untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan menarik lebih banyak konsumen baru. Penelitian serupa dilakukan oleh Muamar Rinaldi et al., yang menemukan bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian di industri kuliner. Temuan ini menegaskan pentingnya kedua faktor tersebut dalam menarik minat konsumen dan meningkatkan daya saing dalam bisnis kuliner.¹⁸

Penelitian ini sangat bermanfaat untuk memberikan informasi dan

¹⁸ Muamar Rinaldi et al., "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Di Pancing (Study Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Tahun 2021)," *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce* 3 (2024): 35–44, <https://doi.org/https://doi.org/10.30640/digital.v3i4.3472>.

rekomendasi yang dapat membantu pelaku UMKM meningkatkan penjualan produk mereka. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen, seperti kualitas produk dan harga, pelaku UMKM dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif untuk menarik lebih banyak pembeli dan meningkatkan daya saing produk mereka. Diharapkan, hasil penelitian ini bisa mendukung pengembangan pemasaran produk lokal, memberikan panduan bagi UMKM agar lebih memahami kebutuhan konsumen, serta membantu mereka menyusun strategi pemasaran yang tepat, sehingga dapat bersaing dan berkembang di pasar yang semakin kompetitif.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas ,peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pempek Kapal Selam (Studi Kasus pada Pempek Syahira Desa Tugumulyo Kecamatan Lempuing Kabupaten Ogan Komering Ilir”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana harga pada Pempek Syahira Desa Tugumulyo Kecamatan Lempuing?
2. Bagaimana produk Pempek Kapal Selam pada Pempek Syahira Desa Tugumulyo Kecamatan Lempuing?
3. Bagaimana keputusan pembelian Pempek Kapal Selam pada Pempek Syahira Desa Tugumulyo Kecamatan Lempuing?
4. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Pempek Kapal Selam pada Pempek Syahira Desa Tugumulyo Kecamatan Lempuing?

5. Bagaimana pengaruh produk terhadap keputusan pembelian Pempek Kapal Selam pada Pempek Syahira Desa Tugumulyo Kecamatan Lempuing?
6. Bagaimana pengaruh harga dan produk terhadap keputusan pembelian produk Pempek Kapal Selam pada Pempek Syahira Desa Tugumulyo Kecamatan Lempuing?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas maka yang akan menjadi tujuan dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui harga pada Pempek Syahira Desa Tugumulyo Kecamatan Lempuing.
2. Untuk mengetahui produk Pempek Kapal Selam pada Pempek Syahira Desa Tugumulyo Kecamatan Lempuing.
3. Untuk mengetahui keputusan pembelian Pempek Kapal Selam pada Pempek Syahira Desa Tugumulyo Kecamatan Lempuing.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Pempek Kapal Selam pada Pempek Syahira Desa Tugumulyo Kecamatan Lempuing.
5. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian Pempek Kapal Selam pada Pempek Syahira Desa Tugumulyo Kecamatan Lempuing.
6. Untuk mengetahui pengaruh harga dan produk terhadap keputusan pembelian produk Pempek Kapal Selam pada Pempek Syahira Desa Tugumulyo Kecamatan Lempuing.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian secara umum dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu secara teoritis dan praktis. Berikut penjelasannya.

1. Secara Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan baru bidang ilmu ekonomi islam secara keseluruhan
- b. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wacana baru dalam khazanah keilmuan

2. Kegunaan Secara praktis

- a. Bagi pelaku usaha

Tulisan ini diharapkan mampu memberikan keilmuan baru dalam membangun usaha kuliner dengan perhitungan yang mampu memberikan keuntungan tanpa harus merugikan pihak lain

- b. Bagi Masyarakat

Tulisan ini dapat memberikan gambaran umum dalam memulai dunia bisnis khususnya pada bidang kuliner

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah perkiraan atau dugaan awal yang diajukan oleh peneliti mengenai hubungan antara beberapa variabel dalam suatu penelitian. Hipotesis ini berfungsi sebagai jawaban sementara atas rumusan masalah yang telah dirumuskan dalam bentuk pertanyaan penelitian. Disebut sementara karena jawaban tersebut masih berdasarkan teori-teori yang relevan, namun belum didukung oleh data empiris yang dikumpulkan dari

lapangan.¹⁹ Adapun hipotesis pada penelitian ini adalah:

1. Hipotesis Alternatif (H_a)

Ada pengaruh Produk terhadap keputusan pembelian Pempek kapal selam di Pempek Syahira

Ada pengaruh Harga terhadap keputusan Pembelian Pempek Kapal Selam di Pempek Syahira

2. Hipotesis Nol (H_o)

Tidak ada pengaruh Produk terhadap Keputusan pembelian Pempek Kapal Selam di Pempek Syahira

Tidak ada pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Pempek Kapal Selam di Pempek Syahira

F. Penelitian Terdahulu

Berikut ini beberpa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti sebagi berikut:

1. “Pengaruh Produk dan Haga Terhadap keputusan pembelian Pupuk ZA (Studi Kasus Pada UD Pertanian Eka Tani Ngronggot).²⁰Oleh Miya Ulfatu’ Aini IAIN Kediri “

Peneliti melakukan uji pada variabel produk dan harga berpengaruh secara signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pupuk ZA UD Pertanian Eka Tani Ngronggot. Hal ini dapat diketahui pada perhitungan menggunakan SPSS 21 dengan uji korelasi

¹⁹ Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 2015.

²⁰ Miya Ulfatu’ Aini “Pengaruh Produk dan Haga Terhadap keputusan pembelian Pupuk ZA (Studi Kasus Pada UD Pertanian Eka Tani Ngronggot),Skripsi IAIN Kediri 2022

berganda pada tabel memperoleh nilai signifikansi F change sebesar $0,000 < 0,05$. Persamaan penelitian ini yang dilakukan terletak pada variabel X1 produk dan variabel X2 harga kemudian variabel Y keputusan pembelian. Perbedaan pada penelitian ini terletak pada usaha yang dilakukan. Dimana penelitian yang dilakukan oleh Miya Ulfatu' Aini adalah usaha pupuk sedangkan peneliti diusaha kuliner

2. “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Whitening MS GLOW (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri Angkatan 2020) oleh Amanda Yesi Agustina.”²¹

Mengacu pada hasil analisis sebelumnya, diketahui hasil uji F pada kualitas produk (X1) harga (X2) mendapat F hitung senilai 66,027, dimana F hitung > dari F tabel 3,11 dan Sig senilai 0,000 maka nilai Sig = $0,000 < 0,05$. Hipotesis pada penelitian yang dilakukan H_3 diterima sementara H_0 ditolak. Pengujian tersebut membuktikan kualitas produk X1 dan Harga X2 dengan simultan memberi pengaruh signifikan pada keputusan pembelian Y. Persamaan penelitian ini terletak pada variabel X (produk). Dan Variabel X2 (harga) kemudian variabel Y keputusan pembelian. Perbedaan penelitian ini terletak pada usaha yang dilakukan dimana penelitian yang dilakukan Yesi Agustina adalah usaha skincare sedangkan peneliti fokus pada usaha kuliner dan lapangan

²¹ AMANDA YESI AGUSTINA, “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WHITENING MS GLOW (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kediri Angkatan 2020)” (2023).

3. “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru, oleh Ridho Saputra.”²²

Berdasarkan hasil penelitian inimenunjukkan bahwa harga dan kualitas produk secara bersama- sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada label store pekanbaru, hasil tersebut dilihat dari nilai uji F simultan yajni f hitung lebih besar dari f tabel ($2289,776 > 3,18$) dengan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 yakni 0,000. Persamaan penelitian ini terletak pada variabel X nya yang hampir mirip Cuma beda posisi saja yang sama persis terletak pada variabel Y. Sedangkan perbedaan penelitian ini terletak pada objeknya dimana penelitian yang dilakukan Ridho Saputra objeknya adalah tempet distro sedangkan peneliti fokus pada objek usaha kuliner atau makanan

4. “Pengaruh Kualita Produk, Kualitas Pelayan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Boss Pempek Randusari Boyolali, oleh Andri Prasetyo.”²³

Berdasarkan hasi penlitian ini menunjukkan bawah semuanya signifikan dan berpengaruh bagi terhadap peningkatan kepuasan konsumen. Persamaan penelitian ini terletak pada variabel X1, X3 nya objek nya sama sama dibidang usaha pempek. Sedangkan perbedaan nya terletak pada variabel Y diamana penelitian yang dilakukan Andri

²² Ridho Saputra, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru,” *Skripsi*, 2020, 23.

²³ Kusnul Khotimah and Andri Nurtantiono, “PENGARUH PRODUK, PERSEPSI HARGA, PROMOSI DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH DI SOLO RAYA,” *CREATIVE RESEARCH MANAGEMENT JOURNAL* 4 (2021): 1–10.

Prasetyo adalah kepuasan konsumen sedangkan peneliti variabel Y nya adalah keputusan pembelian

5. Jurnal dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Pempek 299 di Lampung Tengah” oleh Kelin Parlin Queen dan Toton.²⁴

Berdasarkan hasil uji F didapat hasil F hitung sebesar 35,686 dimana hasil tersebut lebih besar dari Ftabel yaitu 3,10 dan hasil signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 .Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel loyalitas pelanggan. Persama penelitian ini terletak pada variabel kualitas produk dan harga nya, sedangkan perbedaannya terletak pada variabel Y yaitu loyalitas pelanggan sedangkan peneliti keputusan pembelian.

²⁴ Toton1 Kelin Parlin Queen1, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pempek 299 Di Lampung Tengah,” *SINOMIKA JOURNAL* 1 (n.d.), <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.239>. 23-28