

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Indonesia tercatat memiliki 5.300 jenis makanan asli Indonesia dalam *database* kuliner ([www.bekraf.go.id](http://www.bekraf.go.id), 2019). Dilihat dari banyaknya jenis makanan yang ada, maka terdapat peluang besar pengembangan bisnis kuliner dengan mengemasnya melalui wisata kuliner. Pada tahun 2012 Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (<https://food.detik.com>, 2012) menetapkan 30 ikon kuliner Indonesia, dimana ikon kuliner menjadi bagian dari diplomasi Indonesia karena akan selalu tersaji dalam pertemuan dan perjamuan resmi tingkat Internasional. Salah satu dari 30 ikon kuliner itu ialah Soto. Soto adalah makanan khas dari Indonesia sejenis sup dengan kuah berwarna kuning yang didapat dari kunyit sebagai bumbu dasar Soto dengan tambahan ayam atau daging. Terpilihnya Soto sebagai ikon kuliner, karena Soto menggambarkan konsep Bhineka Tunggal Ika makanan Indonesia dimana menghadirkan menu Soto merupakan cara para leluhur untuk berhemat daging atau bahan protein lainnya. Di Indonesia memiliki 20 jenis Soto yang tersebar di berbagai daerah di Tanah Air (<https://quara.com>, 2018).

Terdapat 23.093 unit UMKM di Madiun yang terdiri dari berbagai jenis usaha dari mulai makanan hingga souvenir (<http://umkm.madiunkota.go.id>, 2017). Salah satu kuliner yang cukup terkenal ialah Soto Ndeso yang terletak jauh dari pusat keramaian dan memiliki konsumen yang cukup banyak. Soto Ndeso terkenal sebagai Soto

ayam kampung, dengan harga terjangkau namun lokasi terletak di pelosok desa. Dari hasil wawancara bersama pemilik, omzet penjualan Soto Ndeso perhari bisa mencapai 250-300 porsi dan sering menerima pesanan dalam acara pemerintahan. Selain itu dari wawancara dan pengamatan penulis banyak pengunjung Soto Ndeso yang berasal dari luar Madiun, hal ini diketahui dari tempat parkir yang didominasi dengan kendaraan bernomor polisi luar Madiun (AE). Hal ini membuktikan bahwa Soto Ndeso tidak hanya terkenal di area Madiun namun juga di luar Madiun dan sekitarnya. Terkenalnya Soto Ndeso tentu tidak terlepas dari strategi pemasaran yang digunakan oleh pemilik untuk menarik konsumen untuk memutuskan pembelian.

Pengambilan keputusan pembelian dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam menarik konsumen. Salah satunya adalah kualitas produk, kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya dan sesuatu yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen dalam keputusan pembelian (Kotler dan Armstrong, 2012:283). Pada penelitian Larosa dan Sugiarto (2011), Aulia dan Sudarwanto (2016) menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Soto Ndeso memiliki ciri khas tersendiri yaitu dihidangkan menggunakan piring dan bukan mangkok seperti Soto pada umumnya serta menggunakan ayam kampung. Soto Ndeso mempertahankan kualitas produk dengan cara menjaga resep turun temurun sehingga membuat rasa pada Soto tetap sama mulai tahun 1998 hingga saat ini.

Selain kualitas produk yang juga menjadi pertimbangan bagi konsumen, adalah faktor harga. Harga sering digunakan sebagai indikator nilai bagaimana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang didapatkan atas suatu barang atau jasa (Tjiptono, 2008:151). Penelitian yang dilakukan oleh Chanifah dan Muhammad (2016) menunjukkan harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, demikian juga pada penelitian Aulia dan Sudarwanto (2016) yang menjelaskan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga yang ditetapkan Soto Ndeso ini sangat terjangkau untuk semua kalangan. Harga satu porsi Soto ayam kampung Rp.8.000,-/porsi, tusukan daging ayam jeroan dan kulit Rp.4.000,-/tusuk, sedangkan harga minumannya berkisar Rp.3.000,- s/d Rp.5.000,-.

Faktor lain yang juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah lokasi, hal ini sesuai dengan hasil penelitian Larosa dan Sugiarto (2011) menunjukkan lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan Aulia dan Sudarwanto (2016) menjelaskan bahwa lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Lokasi ialah mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang atau jasa dari produsen kepada konsumen (Tjiptono, 2015:345). Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini mengambil judul **Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (studi empiris pada pembeli Soto Ndeso Desa Rejosari Sawahan Madiun).**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat disajikan masalah pokok yakni sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif signifikansi terhadap keputusan pembelian di Soto Ndeso ?
2. Apakah harga berpengaruh positif signifikansi terhadap keputusan pembelian di Soto Ndeso ?
3. Apakah lokasi berpengaruh positif signifikansi terhadap keputusan pembelian di Soto Ndeso ?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Menguji signifikansi pengaruh positif kualitas produk terhadap keputusan pembelian di soto ndeso.
2. Menguji signifikansi pengaruh positif harga terhadap keputusan pembelian di soto ndeso.
3. Menguji signifikansi pengaruh positif lokasi terhadap keputusan pembelian di soto ndeso.

## **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Peneliti

Berguna sebagai pengembangan keilmuan manajemen terkait bidang pemasaran juga untuk mempraktikkan teori-teori yang telah dipelajari selama di proses perkuliahan sehingga memperluas pemahaman penelitian dalam bidang tersebut. Serta sebagai sumber informasi bagi peneliti selanjutnya dalam pengembangan lebih lanjut tentang pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian.

## 2. Bagi Soto Ndeso

Sebagai informasi atau bahan referensi serta masukan yang berkaitan tentang kualitas produk, harga, dan lokasi sehingga dapat meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan penjualannya.

## **E. Sistematika Laporan**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Dalam bab ini berisi teori-teori dasar, pengembangan hipotesis, dan kerangka konseptual.

### **BAB III : METODA PENELITIAN**

Dalam bab ini berisi desain penelitian, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, variabel penelitian dan definisi operasional

variabel, lokasi dan waktu penelitian, data dan prosedur pengumpulan data, serta teknik analisis.

#### **BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi data penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan.

#### **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan, implikasi manajerial, dan saran.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**