

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi seperti saat ini, perkembangan bisnis terjadi dengan pesat. Pertumbuhan beragam bisnis terjadi di mana-mana. Jumlah merek dan produk yang beraneka ragam menjadikan persaingan pasar semakin ketat. Setiap konsumen memiliki banyak ragam pilihan produk atau merek yang mereka inginkan untuk dikonsumsi sesuai dengan kebutuhan mereka masing-masing. Ketatnya persaingan membuat setiap pelaku bisnis dituntut untuk mengeluarkan segala kemampuan yang mereka miliki agar dapat bersaing di pasar. Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada dengan jenis usaha yang sama membuat setiap perusahaan semakin dituntut untuk bergerak lebih cepat dalam menarik konsumen. Salah satu usaha yang memiliki persaingan yang ketat saat ini adalah usaha di bidang makanan. (Santri Zulaicha, 2016)

Dengan perkembangan bisnis pada kategori makanan persaingan dipasar kategori ini sangat ketat. Produk yang ditawarkan oleh pesaing semakin banyak keunggulannya. Namun dengan banyaknya produk yang ditawarkan dari berbagai merek membuat konsumen lebih banyak pilihan. Konsumen lebih selektif dalam memilih produk yang akan dikonsumsinya. Pemasar tidak hanya diharuskan menganalisis serta memahami konsumen dari produk serta mereknya, namun perusahaan juga harus menganalisis serta memahami konsumen dari merek pesaing, serta menemukan alasan mengapa konsumen memilih untuk membeli merek pesaing (Peter dan Olson, 2000).

Faktor produk dan harga merupakan dua faktor yang mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian. Faktor produk sendiri merupakan hal yang diperhatikan konsumen dalam mengambil keputusan. Produk yang dijual harus mempunyai kualitas yang baik, unik dan penampilan yang menarik sehingga dapat membuat konsumen tertarik untuk membeli. Kualitas produk yang baik akan mendorong perusahaan untuk mempertahankan usahanya dan mampu bersaing dengan pesaing lainnya.

Selain faktor produk, harga juga merupakan faktor yang penting. Penentuan harga produk yang dilakukan perusahaan sangatlah berpengaruh pada keputusan konsumen. Menurut Swasta (2014) harga merupakan faktor terkendali kedua yang dapat ditangani oleh manajemen penjualan atau pemasaran. Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh para pengusaha dalam memberikan harga kepada konsumen adalah dengan memberikan harga lebih murah dibandingkan dengan pesaing lainnya. Produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau akan memiliki banyak peminat. Sebaliknya apabila harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan produk maka konsumen akan berfikir dua kali untuk membelinya. (Santri Zulaicha, 2016)

Majalah ide bisnis menyatakan Ide usaha yang tidak pernah surut pembeli adalah usaha makanan/kuliner. Salah satu kunci sukses dalam usaha atau bisnis kuliner adalah inovatif dan kreatif. Banyak pelaku usaha kuliner yang telah membuktikannya. Ada yang merasakan usaha cukup lama, ada pula yang menikmati senyum bisnisnya hanya sebentar. Namun, dengan tetap memelihara kreativitas dan inovatif kuliner, usaha kuliner bisa dipertahankan (Majalah Ide bisnis/Edisi 33/Februari 2012).

Akhir-akhir ini di daerah Cirebon banyak berdiri bisnis warung makan ayam geprek yang menawarkan berbagai macam fasilitas dan pelayanan untuk memanjakan konsumen. Hal ini ditandai dengan banyak bermunculannya warung makan ayam geprek hampir disetiap jalan di Kota Cirebon. Sekarang ini makanan ayam geprek telah menjadi kebiasaan sebagian masyarakat Indonesia khususnya masyarakat Cirebon.

Salah satu warung makan ayam geprek yang paling diminati di Cirebon adalah warung makan Ayam Geprek Mr.Boy. Warung Makan Ayam Geprek Mr.Boy beridiri sejak tahun 2016 yang berlokasi di Jl. Perjuangan No.35, Karyamulya, Kec. Kesambi, Kota Cirebon. Ayam Geprek Mr.Boy mampu bersaing dengan bisnis-bisnis lainnya pada area Cirebon.

Terdapat banyak saingan dalam usaha dibidang warung makan terutama Ayam Geprek di Kota Cirebon ini membuat warung makan Ayam Geprek Mr.boy memiliki cara tersendiri untuk menjadi pilihan khusus bagi konsumennya yang merupakan penikmat kuliner, diantaranya yaitu kualitas pelayanan

yang baik, sopan dan ramah bagi pengunjungnya. Memperlakukan konsumen atau pengunjung dengan baik, sopan dan ramah maka warung makan Ayam Geprek Mr.Boy berkeyakinan bahwa perusahaannya akan dikunjungi kembali oleh penikmat kuliner di Kota Cirebon khususnya oleh Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Banyaknya usaha Ayam Geprek yang hadir di kota Cirebon dalam beberapa tahun terakhir ini seperti Geprek Benu, Ayam Geprek Mr. Boy, Ayam Geprek Backpacker, Ayam Geprek Pangeran dan merk lain yang semakin beragam membuat persaingan di bidang bisnis tersebut semakin ketat, karena disebabkan oleh banyaknya ragam pilihan hidangan Ayam Geprek dengan variasi rasa, tekstur, harga yang sesuai dengan kualitas produk yang dihadirkan. Salah satu Ayam Geprek yang mampu bertahan serta bersaing di pasar hingga saat ini adalah Ayam Geprek Mr. Boy.

**Tabel 1.1**  
**Harga Ayam Geprek Mr. Boy**

<b>Daftar Menu</b>	<b>Harga</b>
<b>Paket Teteg</b>	
Ayam Geprek + Nasi + Lalapan	17.000
Telur Geprek + Nasi + Lalapan	8.000
Rempelo Ati Geprek + Nasi + Lalapan	12.000
Ayam Geprek Mix Telor + Nasi + Lalapan	19.000
Jamur Geprek Mix Telor + Nasi + Lalapan	12.000
Lele Geprek + Nasi + Lalapan	12.000
Bebek Geprek Geprek + Nasi +	24.000

Lalapan	
Jamur Geprek + Nasi	10.000
Ayam Bakar Geprek + Nasi + Lalapan	20.000
<b>Menu Lainnya</b>	
Tempe Kentucky Cocor	5.000
Rempelo Ati Geprek	7.000
Ca Kangkung	5.000
Tahu Geprek	5.000
Combo Tempe + Tahu	5.000
Ca Tauge Mix Bakso	5.000
Jamur Geprek	5.000
Tahu Kentucky Cocor	5.000
Mie Geprek Reboy	7.000
Ayam Geprek	13.000
Nasi	5.000
Ca Brokoli	5.000
<b>Minuman</b>	
Teh Hangat	2.000
Es The	3.000
Es Jeruk	4.000
Es Teh Botol	4.000

Jeruk Hangat	4.000
Air Mineral	4.000

**Tabel 1.2**  
**Harga Ayam Geprek Backpacker**

Daftar Menu	Harga
<b>Paket Geprek</b>	
Ayam Geprek Original + Nasi	13.000
Ayam Geprek Keju + Nasi	15.000
Ayam Geprek Salju Keju + Nasi	17.000
Ayam Geprek Saus Keju + Nasi	16.000
Ayam Geprek Lada Hitam + Nasi	16.000
Indomie Ayam Geprek + Nasi	19.000
Telur Geprek + Nasi	9.000
Sosis Geprek + Nasi	9.000
Bakso Geprek + Nasi	9.000
<b>Menu Ayam Geprek</b>	
Ayam Geprek Lada Hitam	13.000
Indomie Ayam Geprek	17.000
Ayam Geprek Saus Keju	13.000
Ayam Geprek Keju	13.000

Ayam Geprek Original	11.000
Ayam Geprek Salsu Keju	13.000
<b>Menu Lainnya</b>	
Nasi	4.000
Telor Geprek	6.000
Kentang Goreng	10.000
Sosis Geprek	7.000
Bakso Geprek	7.000
<b>Minuman</b>	
Air Mineral	4.000
Teh Manis Jumbo	4.000
Nutrisari	4.000
Es Good Day Frezee	4.000
Fretea Up	2.000

Tabel 1.3

### Harga Ayam Geprek Benu

Daftar Menu	Harga
<b>Menu Paket</b>	
Paket Geprek Sambal Matah	23.000
Paket Geprek Benu Leleh	34.000

Paket Geprek Sambal Embe	26.000
Paket Geprek Benu Telor Asin	30.000
<b>Menu Lainnya</b>	
Tahu Geprek	5.000
Tempe Geprek	5.000
Terong Geprek	5.000
Jamur Geprek	5.000
Kulit Crispy	13.000
Nasi	6.000
Kulit Crispy Telor Asin	20.000
<b>Ala Carte</b>	
Geprek Benu Original	19.000
Geprek Benu Sambal Matah	19.000
Geprek Benu Sambal Embe	19.000
Geprek Benu Leleh	30.000
<b>Minuman</b>	
Benu Drink Apel	5.000
Benu Drink Leci	5.000
Es Teh Manis	6.000
Teh Manis hangat	6.000
Air Mineral	6.500

**Tabel 1.4**  
**Harga Ayam Geprek Pangeran**

<b>Daftar Menu</b>	<b>Harga</b>
<b>Paket Ayam Geprek</b>	
Ayam Geprek Sambal Kerok	21.000
Ayam Geprek Sambal Daun Jeruk	21.000
Ayam Geprek Sambal Tomat	21.000
Ayam Geprek Sambal Cikur	21.000
Ayam Geprek Sambal Buto Ijo	22.000
Ayam Geprek Sambal Terasi	22.000
Ayam Geprek Sambal Teri	22.000
Ayam Geprek Sambal Lava	25.000
<b>Ayam Geprek</b>	
Ayam Geprek Sambal Kerok	16.000
Ayam Geprek Sambal Daun Jeruk	16.000
Ayam Geprek Sambal Tomat	16.000
Ayam Geprek Sambal Cikur	16.000
Ayam Geprek Sambal Buto Ijo	17.000
Ayam Geprek Sambal Terasi	17.000
Ayam Geprek Sambal Teri	17.000
Ayam Geprek Sambal Lava	20.000



<b>Menu Lainnya</b>	
Kerupuk	2.000
Nasi	4.000
Kol Goreng	4.000
Tempe Goreng	4.000
Tahu Goreng	4.000
Telur Dadar	7.000
Sate Usus	7.000
<b>Minuman</b>	
Air Mineral	8.000
Teh Manis	8.000
Lemonade	10.000
Teh Tarik	17.000
Millo	17.000

Seiring dengan semakin ketatnya persaingan menimbulkan perilaku keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Saat ini persaingan antar merek sangat ketat dan hal ini terjadi pada hampir seluruh jenis produk, baik itu produk-produk kesehatan, kecantikan, makanan, minuman dan lain sebagainya. Harga yang di tawarkan relatif murah, karena konsumen yang dibidik oleh Ayam Geprek Mr. Boy ini ialah konsumen menengah kebawah (mahasiswa) Ayam Geprek Mr. Boy masih tetap bertahan dalam persaingan Ayam geprek di Jl. Perjuangan Cirebon. Ayam Geprek Mr. Boy telah menjadi favorit mahasiswa IAIN Cirebon maupun mahasiswa yang ada di sekitar Jl. Perjuangan untuk membeli Ayam Geprek Mr. Boy.

Komunikasi dari mulut kemulut terjadi ketika pelanggan mulai membicarakan sesuatu mengenai apa yang telah mereka rasakan setelah mengonsumsi atau menggunakan suatu produk tentang layanan, merek, maupun kualitas dari merek yang dipakai (Susanti, 2016). Komunikasi dari mulut kemulut merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen pada produk makanan.

Dari uraian di atas, penulis tertarik mencoba melakukan penelitian dan menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Ayam Geprek Mr. Boy. Oleh karena itu, penulis bermaksud membuat penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Mr. Boy Survei Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon”.

## **B. Rumusan Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **a. Wilayah Kajian**

Wilayah kajian dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Mr. Boy Survei Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

#### **b. Pendekatan penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif.

#### **c. Jenis Masalah**

Jenis masalah yang akan dibahas adalah Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Mr. Boy Survei Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

## 2. Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah tersebut di atas, maka permasalahan pada penelitian ini dapat dibatasi sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Penelitian ini hanya membahas tentang pengaruh kualitas dan harga serta keputusan pembelian Ayam Geprek Mr. Boy.
3. Penelitian ini hanya dilakukan pada mahasiswa IAIN yang membeli dan mengkonsumsi Ayam Geprek Mr. Boy.

## 3. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah yang telah penulis sebutkan di atas, maka pokok permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Ayam Geprek Mr. Boy pada mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon?
2. Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Ayam Geprek Mr. Boy pada mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon?
3. Adakah pengaruh kualitas dan harga terhadap keputusan pembelian Ayam Geprek Mr. Boy pada mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon?

## C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah yang tercantum di atas, maka tujuan dari penulisan penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Ayam Geprek Mr. Boy pada mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Untuk mengetahui adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Ayam Geprek Mr. Boy pada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
3. Untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Ayam Geprek Mr. Boy pada mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon

#### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh beberapa pihak untuk memenuhi kebutuhan masing-masing. Manfaat untuk beberapa pihak tersebut, yakni:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Ayam Geprek mr. Boy pada mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan referensi pada penelitian yang sejenis di masa yang akan datang.

##### **2. Manfaat praktis**

- a. Bagi penulis, sebagai penambah wawasan keilmuan penulis, khususnya tentang kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.
- b. Bagi pihak luar, sebagai bahan masukan bagi mahasiswa lain terhadap keputusan pembelian.
- c. Bagi akademisi, sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian di masa yang akan datang.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika dalam penulisan skripsi ini yaitu terdiri dari lima bab. Untuk lebih mempermudah dan dapat memberikan gambaran yang jelas dalam memahami isi dari skripsi ini secara keseluruhan serta sistematis dalam pembahasan, maka penulis menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

## **BAB I: PENDAHULUAN**

Dalam bab ini, akan membahas mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II: LANDASAN TEORI**

Bab ini akan membahas mengenai landasan teori, yang mana bab ini digunakan untuk membahas kajian pustaka mengenai Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian, tinjauan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

## **BAB III: METODE PENELITIAN**

Dalam bab metode penelitian ini akan membahas mengenai jenis penelitian, metode penentuan sampel, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

## **BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini akan membahas tentang gambaran umum yang berkaitan dengan lokasi, hasil penelitian dan analisis data.

## **BAB V: PENUTUP**

Bab ini merupakan bab terakhir dari penulisan skripsi ini. Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran. Kesimpulan adalah uraian jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang telah dipaparkan dalam bagian rumusan masalah, setelah melalui analisis pada bab sebelumnya. Sedangkan pada bagian saran ini berisi tentang rekomendasi dari penulis mengenai permasalahan yang diteliti sesuai dengan hasil kesimpulan yang diperoleh.

