

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era sekarang ini usaha berkembang dengan sangat pesat, salah satunya bisnis dalam bidang kuliner. Industri kuliner umumnya sangat kompetitif dengan banyaknya restoran, kafe, dan warung makan yang memiliki peran signifikan dalam industri pariwisata dan juga dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Makanan dan minuman telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari masyarakat. Selain sebagai kebutuhan pokok, makanan juga menjadi elemen penting dalam aspek sosial, ekonomi, dan budaya. Perkembangan industri kuliner saat ini membuat persaingan dalam bisnis menjadi semakin ketat. Banyaknya pilihan objek kuliner membuat pelanggan memiliki kebebasan untuk memilih tempat makan yang sesuai dengan preferensi mereka. Maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, pengusaha harus mampu memahami factor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen guna meningkatkan kepuasan konsumen dan mencapai keunggulan kompetitif. Dengan mempertimbangkan kualitas makanan, persepsi harga, dan testimoni konsumen, pengusaha dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan pengalaman konsumen, dan mencapai kesuksesan dalam industri kuliner.

Kriwil food merupakan pelopor rumah makan yang berfokus pada penjualan seblak secara prasmanan yang didirikan di pusat kota Banjarbaru, Kalimantan Selatan. Seblak sendiri adalah makanan ringan atau cemilan berasal dari Bandung yang terbuat dari kerupuk basah atau mie yang dimasak dengan

sayuran dan sumber protein seperti telur, ayam, atau olahan daging sapi dengan bumbu yang diracik pedas, gurih, dan memiliki ciri khas rasa kencur. Sistem yang digunakan dalam penyajian makanan yaitu secara prasmanan, setiap orang dapat mengambil seblak dan topping tambahan sesuai dengan preferensi mereka sendiri. Pada saat awal pembukaan, rumah makan ini banyak diperbincangkan di berbagai platform terutama Instagram, ditunjukkan salah satunya pada kiriman akun banjar info mengenai kriwil food pada bulan juli dengan like 18,7 ribu, viewers 438.000 dan komentar 799. Namun berdasarkan keterangan pemilik kriwil food, belakangan ini kriwil food mengalami penurunan pembelian dilihat dari pendapatan tiap perbulannya. Adapun tabel hasil penjualan Kriwil Food sebagai berikut :

Tabel 1. 1 Data Penjualan Kriwil Food
Bulan Januari-Agustus 2023

Bulan	Pendapatan
Januari	Rp 104.050.000
Februari	Rp 101.120.000
Maret	Rp 106.544.000
April	Rp 105.360.000
Mei	Rp 96.750.000
Juni	Rp 100.060.000
Juli	Rp 94.031.000
Agustus	Rp 92.230.000

Sumber : Kriwil Food tahun 2023

Dari tabel 1.1 diketahui bahwa terjadi fluktuasi di setiap bulan. Hal ini menunjukkan bahwa di rumah makan Kriwil Food mengalami variasi atau

perubahan dari waktu ke waktu. Ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti musim, tren konsumen, dan bisa disebabkan terdapat beberapa industri kuliner baru yang berada di Banjarbaru dan sekitarnya. Pada bulan Maret dan April total penjualan Kriwil Food lebih tinggi dibandingkan dengan bulan lainnya, dikarenakan pada bulan tersebut bertepatan dengan bulan Ramadhan sehingga semua industri kuliner mengalami peningkatan pendapatan.

Dalam jurnal penelitian Soriano (2002) mengemukakan bahwa *quality of food* (kualitas makanan) dan *quality of service* (kualitas layanan) merupakan atribut-atribut utama yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas makanan adalah semua ketentuan yang telah ditetapkan berhubungan dengan karakteristik kualitas makanan yang diperlukan untuk memuaskan keinginan dan harapan konsumen Alli (2004). Qin dkk. (2009), menyatakan kualitas produk pada bidang food and beverage memiliki 4 indikator, yaitu *Food Flavour* (cita rasa), *freshness* (kesegaran makanan), *well cooked* (makanan yang dimasak dengan baik/tepat), dan *variety of food* (keanekaragaman makanan). Sistem yang digunakan Kriwil Food adalah sistem prasmanan, para konsumen dapat melihat dan memilih langsung bermacam pilihan topping seblak sehingga konsumen dapat menilai apakah bahan makanan seblak tersebut segar dan menarik secara visual. Apabila kualitas makanan yang diberikan bagus akan menguntungkan kedua belah pihak, bagi pihak restoran akan mendapatkan citra yang baik dan keuntungan dalam bisnisnya, sedangkan bagi pelanggan akan mendapatkan kepuasan yang diharapkan. Dengan demikian kualitas makanan adalah salah satu cara terbaik untuk memaksimalkan keberhasilan dalam bisnis restoran Namkung dkk. (2007).

Selain kualitas produk, hal lain yang dinilai adalah persepsi harga. Menurut Wahyudi, (2004) dalam penelitiannya tentang peran harga sebagai indikator kualitas persepsian dan pengaruh terhadap kemungkinan membeli konsumen, menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kotler dkk. (2008) menyatakan ada beberapa indikator persepsi harga antara lain : keterjangkauan harga produk, kesesuaian harga dengan kualitasnya, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaatnya, dan testimoni pelanggan. Harga pada rumah makan Kriwil Food yaitu mulai dari Rp 1.000,00 – Rp 8.000,00 pertopingnya. Total harga satu porsi seblak tegantung dengan topping yang dipilih oleh konsumen. Di wilayah Banjarbaru dan sekitarnya seblak umumnya berkisar Rp 25.000 – Rp 30.000. Salah satu pesaing Kriwil Food yang juga terkenal dengan seblaknya yaitu Seblak Sadulur yang menjual satu porsi seblak dengan harga Rp 27.000,00. Hal tersebut dapat menjadikan Kriwil Food sebagai opsi konsumen untuk membeli seblak dengan harga yang sesuai. Namun mengenai harga, ada beberapa pelanggan yang merasa terlalu mahal dengan harga tersebut. Salah satunya komentar pada platform sebagai berikut :

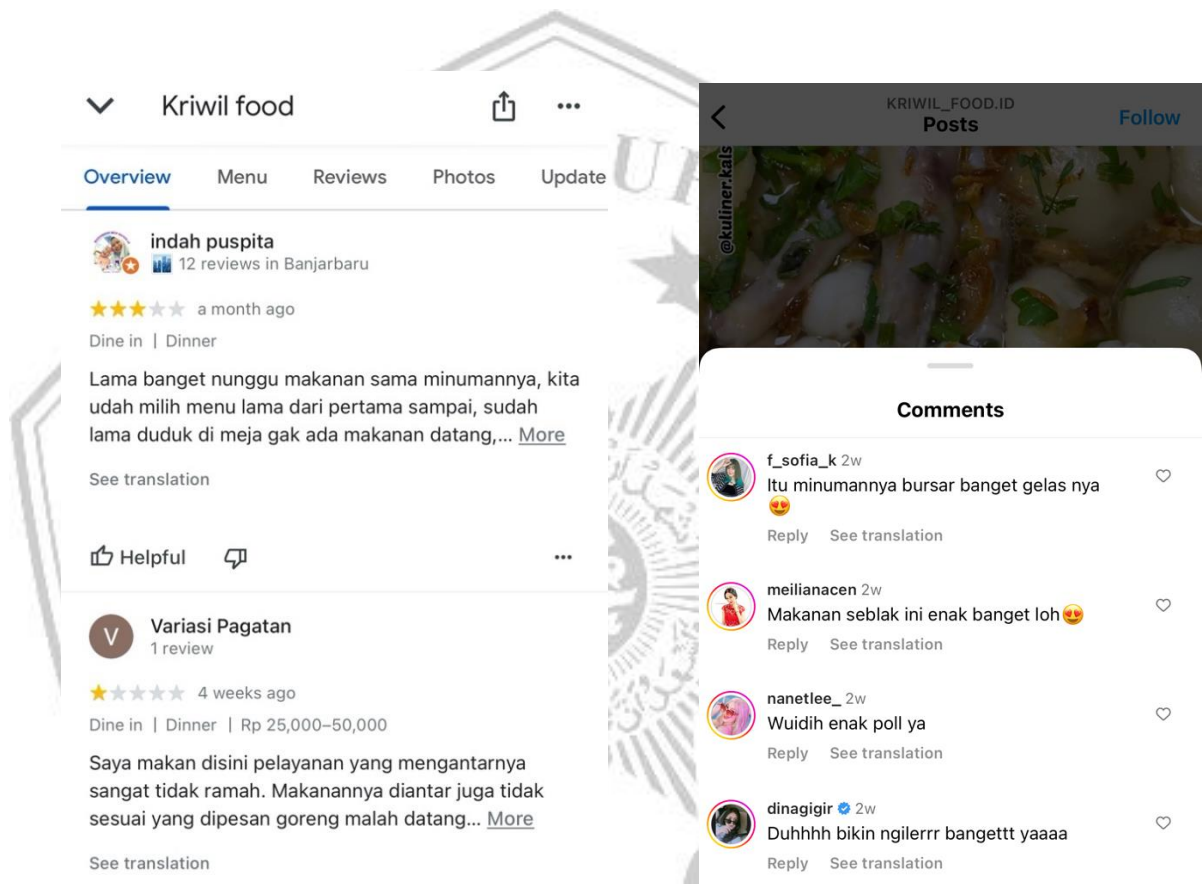


Gambar 1. 1 Komentar Konsumen Mengenai Persepsi Harga Kriwil Food

Dari Gambar 1.1 menyatakan bahwa harga produk Kriwil Food bisa dikategorikan dalam produk yang cukup mahal tergantung dengan seberapa banyak topping atau isian seblak yang konsumen pilih. Kriwil Food memiliki indikator harga yaitu kesesuaian harga dengan kualitasnya. Harga yang dipatok sudah dipertimbangkan dengan banyaknya variasi topping (variety of food) yang disediakan oleh Kriwil Food.

Testimoni juga merupakan hal yang dipertimbangkan oleh konsumen. Dalam penelitian Muzdalifah dkk. (2020) “Pengaruh Testimoni dan Daya Tarik Instagram Terhadap Keputusan Pembelian” mengemukakan bahwa Testimoni dan daya tarik instagram secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Menurut Lee dkk. (2011), indikator testimoni antara lain yaitu daya tarik, nilai psikologis cerita, kesukaan, kredibilitas, dan spontanitas. Pada saat awal pembukaan, rumah makan ini banyak diperbincangkan oleh masyarakat. Namun berdasarkan keterangan pemilik kriwil food, belakangan ini kriwil food mendapatkan beberapa komentar negatif. Komentar negatif yang didapatkan dari

berbagai platform kebanyakan menyinggung mengenai kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan beberapa testimoni konsumen yang pernah membeli kriwil food. Berikut testimoni mengenai Kriwil Food yang terdapat pada platform googlemaps dan instagram.



Gambar 1. 2 Testimoni Pelanggan Kriwil Food

Dari Gambar 1.2 dapat dilihat bahwa testimoni pelanggan terhadap kriwil Food bermacam-macam, ada komentar negatif dan positif. Testimoni negatif menunjukkan bahwa ada beberapa konsumen yang tidak puas dengan produk atau layanan yang ditawarkan. Komentar tersebut berpengaruh dan berdampak emosional, kognitif, dan psikologis yang dimiliki cerita terhadap pembaca atau pendengarnya. Meskipun ini mungkin tidak ideal, hal ini merupakan kesempatan

bagi Kriwil Food untuk merespons masalah yang dihadapi pelanggan dan lebih meningkatkan kualitas produk atau layanan. Penting bagi bisnis untuk memperhatikan kritik dan masukan negatif dari konsumen sebagai peluang untuk belajar dan perbaikan. Selain itu juga penting bagi bisnis untuk menghargai dan menghormati konsumen yang memberikan testimoni positif, dan terus mempertahankan standar kualitas yang tinggi untuk memenuhi harapan konsumen.

Menurut Kotler dkk. (2009) keputusan pembelian merupakan proses psikologis dasar yang berperan penting dalam memahami bagaimana konsumen sebenarnya mengambil keputusan pembelian. Pemasar harus memahami seluruh aspek perilaku konsumen. Menurut Swastha dan Irwan (2015), indikator keputusan pembelian antara lain yaitu pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, dan jumlah pembelian. Dalam memilih merek seblak, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Salah satu faktor yang signifikan adalah reputasi merek. Konsumen cenderung memilih merek yang sudah terkenal atau memiliki reputasi baik dalam hal rasa, kualitas, atau pengalaman pelanggan sebelumnya.

Kriwil Food menyajikan makanan yang sangat diminati dan populer di kalangan masyarakat zaman sekarang, sehingga kehadiran konsumen yang sangat ramai menyebabkan antrian panjang. Dengan adanya antrian yang panjang dan waktu tunggu yang lama, konsumen harus mempertimbangkan apakah mereka bersedia menunggu dalam antrian yang padat atau mencari alternatif lain. Dalam situasi ini, pengelola Kriwil Food dapat mempertimbangkan beberapa langkah

untuk mengurangi antrian dan waktu tunggu pelanggan. Dengan demikian, pengalaman pembelian pelanggan dapat ditingkatkan, dan keputusan pembelian mereka tidak hanya didasarkan pada waktu tunggu, tetapi juga pada kualitas makanan dan layanan yang ditawarkan oleh kedai Kriwil Food.

Berdasarkan uraian latar belakang dan fenomena tersebut, penulis ingin melakukan analisa yang mendalam tentang variabel apa saja yang membuat banyak konsumen memilih warung kriwil food ini. Faktor-faktor seperti kualitas produk, persepsi harga, dan testimoni pelanggan menjadi fokus utama yang diduga mempengaruhi keputusan para konsumen untuk membeli kriwil food. Oleh karenanya, penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Produk Persepsi Harga Dan Testimoni Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kriwil Food”**.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada kriwil food?
2. Apakah Persepsi Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada kriwil food?
3. Apakah Testimoni berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada kriwil food?
4. Diantara ketiga variabel Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Testimoni Pelanggan tersebut, manakah variabel yang dominan memberikan kontribusi terbesar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada kriwil food?

C. Tujuan

Berdasarkan uraian rumusan masalah sebelumnya peneliti telah menetapkan tujuan untuk penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh *kualitas produk* terhadap keputusan pembelian pada kriwil food.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Persepsi harga* terhadap keputusan pembelian pada kriwil food.
3. Untuk mengetahui pengaruh testimoni terhadap keputusan pembelian pada kriwil food.
4. Untuk mengetahui variabel yang dominan memberikan kontribusi terbesar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada kriwil food.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharap mampu memberikan manfaat untuk peneliti dan semua yang memiliki kepentingan lainnya. Manfaat dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis : penelitian ini dapat memberikan kontribusi baru terhadap pemahaman teoritis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen. Dengan menguji hubungan antara kualitas produk, persepsi harga, dan testimoni pelanggan, penelitian ini juga dapat memperluas dan menguatkan teori-teori yang ada dalam ilmu pemasaran dan perilaku konsumen.

2. Secara Praktisi : hasil penelitian ini dapat memberikan panduan praktis bagi pemilik usaha kuliner dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif. Dengan memahami pengaruh kualitas, persepsi harga, dan testimoni pelanggan, pemilik usaha kuliner dapat mengoptimalkan faktor-faktor tersebut untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

