

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 LATAR BELAKANG MASALAH**

Di era globalisasi seperti yang ada di Indonesia tingkat persaingan dunia usaha sangat ketat, karena setiap perusahaan senantiasa berusaha untuk dapat meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Perusahaan harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan menangani persaingan. Perkembangan industri kuliner di Indonesia juga telah berkembang pesat. Para pelaku usaha saat ini mulai menggeluti usaha di industri kuliner dengan berinovasi dan berkreasi untuk menciptakan produk baru (Lestari et al., 2017). Salah satu usaha kuliner tersebut adalah Ayam Gepuk Pak Gembus, ketatnya persaingan terlihat dari banyaknya usaha sejenis yang bermunculan di berbagai tempat khususnya di Kota Jambi.

Hal ini dibuktikan dengan semakin bertambahnya jumlah perusahaan kuliner yang didirikan dari waktu ke waktu, dan tentunya menawarkan menu andalan tersendiri. Oleh karena itu tidak mengherankan jika persaingan industri kuliner semakin ketat, perusahaan-perusahaan berlomba-lomba mengembangkan produk-produk menarik yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen untuk membeli produk yang dihasilkan (Raga et al., 2021). Seperti halnya usaha-usaha kuliner yang berada di kota Jambi, mereka

memiliki persaingan yang ketat dengan berbagai macam inovasi yang membuat konsumen tertarik untuk membeli.

Ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen diantaranya adalah kualitas produk dan harga. Kualitas produk merupakan syarat yang sangat penting agar produk dapat memenuhi atau melampaui harapan konsumen (Ermini et al., 2023). Produk ditawarkan atau diproduksi di pasar untuk menarik perhatian konsumen dan membuat mereka tertarik untuk membeli atau mengkonsumsi produk tersebut untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen (Imron, 2019). Dengan adanya kualitas produk maka dapat mewujudkan suatu produk yang pastinya berkualitas dan meningkatkan minat beli konsumen.

Menurut Aditia et al. (2020) menyebutkan bahwa kualitas produk merupakan hal penting bagi perusahaan karena tanpa kualitas produk perusahaan tidak dapat menjalankan bisnisnya. Pada dasarnya ketika seorang pelanggan membeli suatu produk, maka ia tidak hanya membeli produk tersebut saja namun juga mendapatkan manfaat dari produk yang dibelinya.

Harga adalah satuan mata uang atau ukuran lain (termasuk barang atau jasa lainnya) yang ditukarkan untuk memperoleh kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa (Fandy, 2019). Harga yang tinggi membawa keuntungan besar bagi bisnis, namun disisi lain membuat keputusan lebih mudah bagi konsumen karena kita berasumsi bahwa konsumen yang berbeda akan bereaksi secara rasional terhadap harga sebelum melakukan pembelian (Septyadi et al.,

2022). Menurut Halim & Iskandar (2019) menyatakan bahwa untuk mencapai keunggulan kompetitif, pelaku usaha harus menerapkan harga yang wajar dan kualitas yang unggul pada semua produk yang ingin mereka jual. Berdasarkan definisi tersebut maka harga dapat menjadi faktor yang mempengaruhi pertimbangan dalam minat beli dan keberhasilan ayam gepuk pak gembus dalam berkomunikasi dengan pelanggan bergantung pada kualitas produk terbaik dan harga terjangkau.

Menurut Firdaus et al. (2022) menyatakan bahwa minat beli adalah suatu perilaku menyenangkan yang menimbulkan dorongan kuat terhadap suatu benda, yang menyebabkan individu mengeluarkan uang atau melakukan pengorbanan untuk memperoleh benda tersebut. Sebelum mengambil keputusan pembelian, konsumen terlebih dahulu melalui proses berupa niat membeli, sehingga memahami preferensi konsumen dan niat membeli tidak dapat dipisahkan.

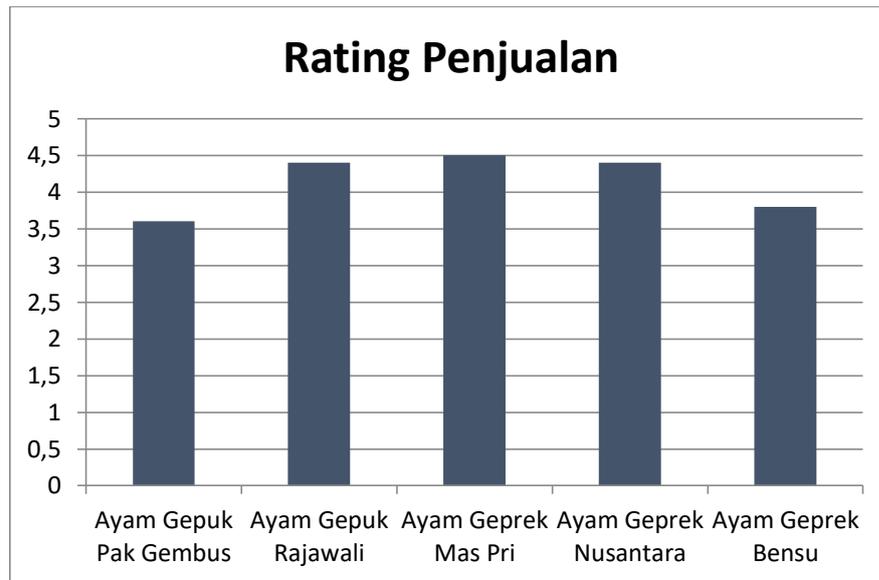
Minat beli adalah dimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, memakai, serta memanfaatkan barang, jasa gagasan atau pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan dan hasrat konsumen (David, 2018). Sedangkan menurut (Friyanto, 2019) mengatakan bahwa minat beli adalah pernyataan mental dari konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu.

Bisnis kuliner menjadi salah satu bisnis yang persaingannya sangat ketat dan banyak diminati oleh masyarakat, karena kebutuhan akan makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar manusia yang wajib terpenuhi (Aryandi

& Onsardi, 2020). Salah satunya ada bisnis Ayam Gepuk Pak Gembus yang menawarkan sajian ayam goreng dengan sambal bawang kacang yang membuatnya berbeda dengan ayam geprek pada umumnya serta memberikan sensasi rasa yang berbeda dari yang lainnya. Pelanggan juga bisa menentukan level pedasnya. Ayam Gepuk Pak Gembus merupakan salah satu usaha kuliner yang berada di Kota Jambi, tepatnya di Kebun Kopi, usaha ayam gepuk pak gembus ini berdiri sejak tahun 2024 dan bergerak dibidang kuliner.

Ada beberapa menu makanan yang *best seller* dari Ayam Gepuk Pak Gembus yaitu gempi jumbo dan gemoi (gembus original). Sementara untuk menu minuman yang *best seller* dari Ayam Gepuk Pak Gembus adalah *milky melon*. Ayam Gepuk Pak Gembus menggunakan *packaging* yang berkualitas tanpa menggunakan lem atau perekat tambahan, kemasannya cukup dilipat dan hanya memiliki satu pengunci serta dibuat dalam versi *take away* dan *dine-in*. Lalu untuk harga makanan dimulai dari harga Rp 19.000 hingga Rp 36.000, dan Rp 5.000 hingga Rp 9.000 untuk minuman. Ayam Gepuk Pak Gembus juga menyediakan sate-satean serta berbagai macam menu lainnya seperti tahu dan tempe goreng yang dimulai dari harga Rp 3.000 hingga Rp 6.000

Yang menjadi permasalahannya yaitu adanya beberapa usaha sejenis yang semakin meningkatkan persaingan usaha di wilayah tersebut karena banyaknya pilihan menu makanan dan minuman yang beragam, rasa, dan harga tergantung pada kualitas produk yang disajikan. Ayam Gepuk Pak Gembus sendiri juga menyediakan pemesanan online melalui aplikasi seperti grab dan gojek bagi kosnumen yang tidak memiliki waktu untuk membeli ke secara langsung.



**Gambar 1.1 Rating Penjualan Usaha Sejenis**

Sumber : Google, 2025

Pada gambar 1.1 diatas dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan rating penjualan Ayam Gepuk Pak Gembus dengan usaha sejenis yang disebabkan oleh kurangnya rasa puas konsumen terhadap produk yang dijual. Ayam Gepuk Pak Gembus sendiri berada di peringkat terakhir dengan rating penjualan sebesar 3,6. Berdasarkan rating tersebut, peneliti telah melakukan pengamatan dan analisis data di google bahwa rata-rata ulasan konsumen memiliki keluhan terkait kualitas produknya. Seperti sate-satean yang ukurannya terlalu kecil, menu lalapan yang kurang bervariasi serta pelayanannya yang masih kurang baik. Maka dapat disimpulkan bahwa fenomena rendahnya rating penjualan Ayam Gepuk Pak Gembus menjadi salah satu tugas penting bagi owner untuk selalu memperhatikan kualitas produknya, dan mengevaluasi dari suatu ketercapaian yang diraih demi meningkatkan daya saing dalam penjualan dan juga memiliki suatu harapan yaitu aktifitas minat beli yang tinggi yang tinggi.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana kedua faktor tersebut berkontribusi pada minat beli konsumen Ayam Gepuk Pak Gembus sehingga membantu mereka dalam meningkatkan daya saingnya.

Hal tersebut kemudian menjadi permasalahan yang muncul dan akan diungkap oleh peneliti. Dengan rumusan yang dijelaskan diatas maka penelitian ini menarik judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Ayam Gepuk Pak Gembus Kota Jambi”** .

## **1.2 PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap minat beli pada Ayam Gepuk Pak Gembus Kota Jambi?
2. Seberapa besar pengaruh harga terhadap minat beli pada Ayam Gepuk Pak Gembus Kota Jambi?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli pada Ayam Gepuk Pak Gembus Kota Jambi?

## **1.3 BATASAN MASALAH**

Berdasarkan rumusan masalah diatas penulis memperjelas penyusunan agar lebih terarah, maka dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada Ayam Gepuk Pak Gembus Kota Jambi.
2. Fokus penelitian ini adalah minat beli (Y), yang dipengaruhi kualitas produk ( $X_1$ ), dan harga ( $X_2$ ).

3. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, seperti survey atau mengumpulkan data dan menggunakan kuesioner.
4. Pengumpulan data menggunakan metode kuesioner Google Form
5. Software yang digunakan adalah Microsoft Excel dan SPSS

## **1.4 TUJUAN & MANFAAT PENELITIAN**

### 1.4.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli pada Ayam Gepuk Pak Gembus Kota Jambi.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh dari harga terhadap minat beli pada Ayam Gepuk Pak Gembus Kota Jambi.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas dan harga terhadap minat beli pada Ayam Gepuk Pak Gembus Kota Jambi.

### 1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian terbagi menjadi tiga yaitu sebagai berikut :

#### 1. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli pada Ayam Gepuk Pak Gembus Kota Jambi. Penelitian ini akan dijadikan sebagai tambahan wawasan dan referensi untuk peneliti selanjutnya.

#### 2. Bagi Pelaku Usaha

Penelitian ini dapat membantu pemilik usaha untuk meningkatkan strategi pemasaran mereka, dengan mengetahui bagaimana kualitas produk dan

harga mempengaruhi minat beli pelanggan. Mereka dapat fokus pada aspek-aspek yang paling efektif dalam meningkatkan daya tarik pasar.

### 3. Bagi Pelanggan

Penelitian ini dapat menjadi sumber informasi sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan pilihan dalam membeli produk pada

Ayam Gepuk Pak Gembus Kota Jambi.

## **1.5 SISTEMATIKA PENULISAN**

Sistematika dibuat untuk mempermudah dan mengetahui pembahasan pada penelitian ini secara menyeluruh. Adapun sistematika penulisannya sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah. Batasan masalah, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi tentang pembahasan Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli pada Ayam Gepuk Pak Gembus Kota Jambi. Kemudian hasil-hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan dan juga berisi pengembangan kerangka berpikir.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini mengemukakan tentang metode penelitian yang dilakukan seperti jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel, metode pengambilan data, pengembangan instrument, dan teknik analisis data.

#### BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi gambaran umum objek penelitian, dan terdiri dari gambaran hasil penelitian dan analisis secara jelas dan detail.

#### BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari seluruh penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan dapat dikemukakan masalah yang ada pada penelitian. Sedangkan saran mencantumkan jalan keluar untuk mengatasi masalah dan kelemahan yang ada.