

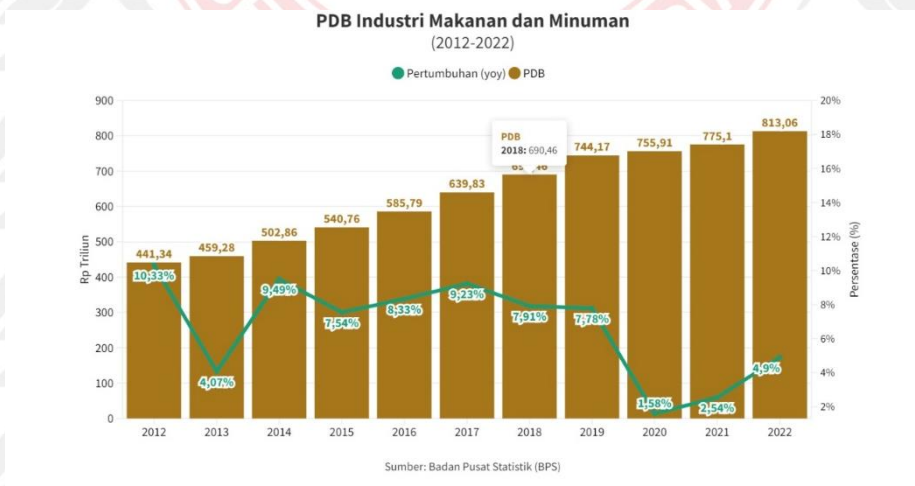
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era yang modern ini banyak kemajuan dan perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis. Perubahan yang terjadi ditandai dengan perubahan pola pikir masyarakat yang semakin hari semakin berkembang, kemajuan teknologi dan gaya hidup yang semakin modern. Dengan adanya kemajuan dan perubahan berpengaruh pada munculnya produk barang yang menawarkan berbagai kelebihan, keunikan dan manfaat yang terkandung di dalamnya, misalnya menurut Othman et al., (2019) menyatakan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat disajikan ke pasar untuk diklaim, pertimbangan, dan penggunaan yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Adapun produk tersebut dilihat dari segi manfaat yang didapat dari produk tersebut.

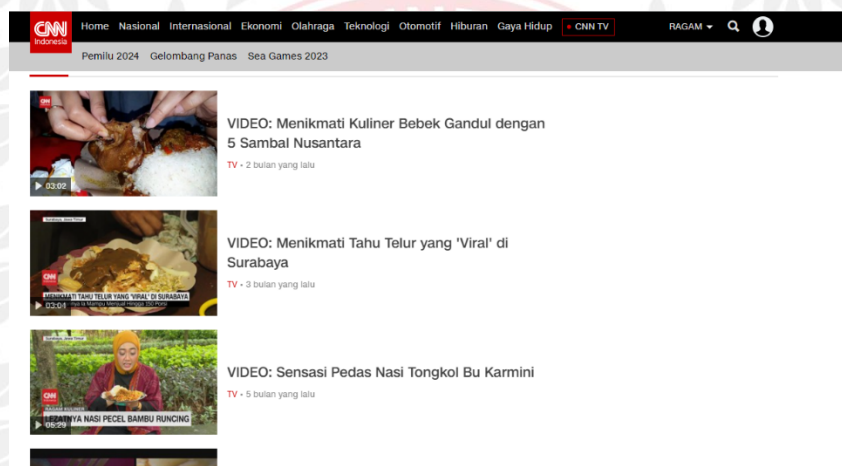
Konsumen mempunyai banyak alternatif pilihan produk yang ditawarkan oleh para produsen dengan berbagai jenis dan manfaat yang terkandung di dalam produk tersebut. Salah satu perkembangan yang terjadi adalah disektor kuliner. Bisnis kuliner di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir.



Gambar 1.1 Perkembangan industri kuliner di Indonesia

(Sumber *DataIndonesia.id*)

Data yang diambil dari sumber DataIndonesia.id perkembangan industri makanan dan minuman (kuliner) meningkat pada tahun 2022 sebesar 4,9% dibandingkan dengan tahun 2020 yang sebesar 1,5%. Menurut Winalda & Sudarwanto, (2022) bisnis kuliner di Indonesia berkembang sangat pesat pada daerah kota maupun desa dengan menyesuaikan cita rasa lokal yang beragam. Bisnis kuliner menjadi salah satu sektor yang terus berkembang dan menawarkan peluang bagi pengusaha dan pecinta kuliner dalam menciptakan pengalaman kuliner yang menarik. Seperti kota Surabaya, memiliki berbagai jenis kuliner yang menarik untuk dinikmati oleh para wisatawan maupun masyarakat sekitar Surabaya.



Gambar 1.2 Kuliner malam Surabaya

(Sumber CNN Indonesia)

Berdasarkan gambar 1.2 yang diambil dari sumber CNN Indonesia, Surabaya merupakan salah satu kota yang terkenal dengan kulinernya, apalagi saat malam hari. Surabaya juga merupakan wilayah yang strategis sehingga banyak dikunjungi oleh masyarakat sekitar seperti Gresik dan Sidoarjo. Dengan banyaknya para pelancong yang datang dari luar kota dimanfaatkan oleh para produsen kuliner di kota Surabaya untuk menyajikan berbagai ragam makanan yang mereka hasilkan agar dapat menarik minat bagi para pelancong yang melihatnya. Tak hanya itu, kuliner Surabaya pun memiliki daya tarik tersendiri bagi para wisatawan karena kuliner yang disajikan atau dijual oleh produsen memiliki ciri khas tersendiri.

Berbagai jenis bisnis kuliner yang bersaing menyuguhkan produknya dengan baik dan menarik agar menjadikan produk mereka diterima oleh konsumen. Menurut Ramadhani & Saino, (2021) mengungkapkan bahwa tiap perusahaan harus menjadi paling efektif dalam menciptakan maupun menyampaikan nilai pelanggan kepada pasar yang ditentukan agar dapat memenangkan persaingan. Dalam persaingan yang ketat setiap perusahaan harus mampu mengembangkan produk kuliner agar berbeda, memiliki daya tarik yang lebih, memiliki ciri khas dan meningkatkan market share dalam bidang kuliner itu sendiri. Perusahaan dituntut untuk lebih memahami kebutuhan konsumen atau mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Pembelian sebuah produk biasanya berlandaskan karena sebuah kebutuhan atau bahkan keinginan dari seseorang itu sendiri, hal tersebut merupakan sebuah hal yang wajar karena kebutuhan dan keinginan setiap orang berbeda-beda. Pembelian sebuah produk juga merupakan hal yang rawan dan sangat dihati-hati oleh karena itu sebelum melakukan pembelian barang, masyarakat mempertimbangkan banyak hal, salah satunya ialah kualitas. Pertimbangan pembelian atau keputusan barang dilakukan agar mendapatkan produk yang diinginkan, sesuai serta tahan lama. Keputusan pembelian merupakan tahapan dalam memutuskan suatu produk tertentu yang menurutnya terbaik dan sesuai kepentingan tertentu dengan melakukan pilihan yang dianggap paling menguntungkan (Fachmi & Sinau, 2022), sehingga keputusan pembelian adalah keputusan berdasarkan minat yang dirasakan konsumen tentang produk yang ingin dibeli, digunakan atau dimiliki.

Salah satu hal yang perlu diperhatikan sebelum melakukan pembelian yaitu kualitas produk. Menurut Ramadhani et al., (2021) kualitas produk ialah suatu produk yang dapat berfungsi dengan sesuai maupun melebihi harapan konsumen. Menurut Amarzka et al., (2020) ada beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan adalah kualitas produk. Kualitas produk adalah sesuatu yang ditawarkan ke *market* untuk mendapatkan perhatian konsumen. Kualitas produk merupakan karakteristik sebuah produk yang bergantung pada kemampuannya dalam memuaskan konsumen yang dinyatakan atau diasumsikan (Ernawati, 2019). Konsumen akan membeli produk jika konsumen merasa cocok

dengan produk yang dapat memenuhi kebutuhannya. Nasi babat pegirian pada malam hari sangat ramai pembeli, peneliti melakukan riset sederhana dimana mengunjungi warung makan tersebut. ketika melakukan riset, peneliti berinteraksi serta menanyakan terhadap pengunjung lainnya yang membeli nasi tersebut. Pengunjung yang bernama alif berpendapat bahwa mereka sering mengunjungi nasi babat pegirian karena rasanya dianggap enak sehingga membuat mereka berkunjung lagi.

Pada penelitian Irawati., (2021) dimana hasil penelitian yaitu kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada marketplace shoope. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Supriyadi et al., (2017) menyebutkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Sebelum konsumen membeli sebuah produk, konsumen biasanya mencari informasi melalui informasi yang bisa diakses seperti konten *review* dari blog yang diberikan oleh pemilik blog atau konsumen lain tentang suatu produk dari mulai kelebihan dan kekurangan dari produk tersebut. Menurut Fachmi et al., (2022) *Online Customer Review* adalah bagian dari peringkat atau ulasan yang sering disebut sebagai opini atau informasi yang diberikan oleh konsumen. Istilah *online costumer review* merupakan konten buatan pengguna (*user generated content*) menjadi semakin penting pada saat ini karena ulasan konsumen itu sendiri menjadi hal kedua terpenting yang dapat mempengaruhi proses pembelian suatu produk. Umumnya orang membutuhkan rekomendasi untuk memutuskan membeli produk tersebut. Pada penelitian yang dilakukan oleh Agustyan., (2020) menyebutkan sebanyak 70% orang mengandalkan *review* pelanggan yang beredar *online*. *Online customer review* menjadi sumber yang paling penting yang dicari oleh konsumen untuk mengetahui kualitas suatu produk dan memutuskan pembelian. Saat ini banyak masyarakat yang menggunakan media sosial untuk menyampaikan pendapatnya atau bahkan membuat konten terhadap apa yang dialaminya. Hal tersebut berkaitan dengan hasil riset sederhana dimana kebanyakan pengunjung mengetahui terkait nasi babat tersebut melalui media sosial dan mendapat respon positif dari masyarakat. Salah satu hal tersebut diperkuat oleh berbagai *review* yang muncul di sosial media.

Seperti penelitian yang dilakukan Agustyan., (2020) menunjukkan hasil bahwa *online customer review* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian smartphone xiaomi di kabupaten Kebumen, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Krishernawan, (2020) bahwasanya *online customer review* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada marketplace shoope di Mojokerto.

Dari berbagai jenis perusahaan kuliner, Nasi babat pegirian merupakan salah satu kuliner yang beralamat di Pasar Pegirian, Jl. Nyamplungan No.236, Ampel, Kec. Semampir, Kota Surabaya. Nasi babat tersebut menyediakan berbagai jenis makanan dan minuman yang memiliki ciri khas olahan masyarakat Madura, serta menyediakan nuansa kaki lima karena berlokasi di pinggiran jalan raya. Pada riset sederhana yang dilakukan oleh peneliti mendapatkan hasil bahwa nasi babat pegirian tidak pernah sepi pengunjung padahal di lingkungan ps. Pegirian banyak penjual nasi babat lainnya namun para pengunjung rela antri berjam-jam untuk menikmati nasi babat pegirian dan informasi dari penjual bahwasannya nasi babat pegirian setiap harinya dapat menghabiskan ribuan porsi pada jam kerja warung yang dimulai pukul 17.00-habis. Pernyataan tersebut didukung dengan adanya konten kreator dan ulasan konsumen yang meliput serta mendokumentasikan wawancara atau hasil riset sederhananya yang diupload di sosial media.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas dan maraknya konten kreator dan konsumen yang mengulas nasi babat pegirian, sehingga dari hasil *review* mempengaruhi keputusan pembelian, peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian dengan tujuan untuk menguji hubungan antara sejumlah variabel, sehingga penelitian ini dilanjutkan lebih dalam yaitu “ **Pengaruh Kualitas Produk dan *Online Customer Review (OCR)* di media sosial terhadap Keputusan Pembelian pada Nasi Babat Pegirian Surabaya** “.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan dan diuraikan diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan pembelian nasi babat pegirian Surabaya ?
2. Apakah *Online Customer Review (OCR)* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian nasi babat pegirian Surabaya ?
3. Apakah Kualitas Produk dan *Online Customer Review (OCR)* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian nasi babat pegirian Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis Kualitas Produk pengaruh terhadap Keputusan pembelian nasi babat pegirian Surabaya
2. Untuk menganalisis *Online Customer Review (OCR)* pengaruh terhadap Keputusan Pembelian nasi babat pegirian Surabaya
3. Untuk menganalisis Kualitas Produk dan *Online Customer Review (OCR)* pengaruh terhadap Keputusan Pembelian nasi babat pegirian Surabaya

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan berguna dan bermanfaat sebagai berikut

:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai karya ilmiah yang bermanfaat untuk pengembangan ilmu, terutama yang memiliki keterkaitan dengan kualitas produk dan *Online Customer Review (OCR)* dan Keputusan Pembelian serta memperkaya wawasan dan menjadi sebuah nilai tambah pengetahuan dalam bidang ekonomi.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan menambah dan memperdalam pengetahuan sebagai sarana dalam menerapkan ilmu yang diperoleh selama masa perkuliahan terutama pengetahuan tentang Kualitas Produk dan *Online Customer Review (OCR)* dan Keputusan Pembelian. Untuk para youtuber, konsumen dan pengembang nasi babat pegirian surabaya, yaitu dapat lebih mengetahui alasan mengapa banyak sekali masyarakat yang berkunjung ke nasi babat pegirian Surabaya.

