

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran adalah bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari melalui berbagai produk, layanan, iklan, dan informasi yang selalu hadir di sekitar kita. Tujuan utama pemasaran adalah memahami keinginan konsumen dengan menyediakan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka agar dapat mendorong keputusan pembelian.² Menurut Tjiptono dalam Dandy Hafidh Fauzi, keputusan pembelian adalah dimana konsumen menyadari adanya masalah, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu, dan mengevaluasi seberapa efektif setiap alternatif dalam menyelesaikan masalah tersebut yang pada akhirnya mengarah pada keputusan untuk membeli.³

Pada umumnya bakso yang dijual di wilayah Kraksaan seperti Bakso Pak Pani, Bakso Tennis, dan Bakso Bagong masih mengusung konsep sederhana sebagaimana bakso kaki lima dengan fasilitas berupa gerobak sederhana, meja, dan kursi makan yang terbatas. Ragam menu yang ditawarkan pun umumnya sedikit hanya mencakup varian bakso biasa dan bakso jumbo, tanpa inovasi isian seperti keju, cabai, atau bahan tambahan

² Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2015), 31.

³ Dandy Hafidh Fauzi, "Determinasi Keputusan Pembelian Dan Pembelian Ulang (*Literature Review* Manajemen Pemasaran)," *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2, no. 6 (July 31, 2021): 792, <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i6.645>.

lainnya., sehingga kurang mampu memenuhi preferensi konsumen yang beragam. Harga yang ditawarkan oleh ketiga kompetitor Bakso Pandawa tersebut berada pada kisaran Rp10.000 hingga Rp15.000. Lokasi usaha relatif sempit dan kurang dilengkapi dengan fasilitas parkir yang memadai, sehingga menyulitkan konsumen yang datang menggunakan kendaraan pribadi khususnya mobil. Tidak terdapat bukti sertifikasi halal yang dipajang secara jelas, sehingga menimbulkan kekhawatiran bagi konsumen beragama Islam terkait kehalalan produk yang ditawarkan.

Namun, Bakso Pandawa hadir dengan inovasi baru baik dari segi desain interior yang dirancang secara menarik, variasi menu yang lebih beragam, harga yang terjangkau, lokasi yang strategis dengan area parkir yang luas, serta pencantuman label halal di setiap kedainya. Kehadiran label halal ini turut meningkatkan kepercayaan konsumen, khususnya konsumen Muslim dalam mengonsumsi produk dari Bakso Pandawa.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Efi Zaharani et al, semakin banyak pilihan menu yang diberikan, maka semakin banyak pilihan untuk pembelian yang dimiliki konsumen.⁴ Dengan tersedianya beragam opsi, mulai dari rasa, harga, hingga jenis produk yang berbeda konsumen dapat lebih leluasa dalam menentukan pilihan yang paling sesuai dengan

⁴ Efi Zaharani et al., "Promosi, Variasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Paket Basic Wajah Ms.Glow," *Jurnal Bisnis Mahasiswa* 1, no. 2 (2021): 215–24.

preferensi pribadi mereka, baik dari segi selera, kebutuhan spesifik, atau bahkan anggaran yang mereka miliki.

Menurut Assael dalam Yenni Arfah, keputusan pembelian dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu: faktor internal, faktor eksternal, serta strategi pemasaran yang mengarahkan dan memantau perilaku konsumen.⁵ Strategi pemasaran terdiri dari empat elemen kunci yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi).⁶

Mengonsumsi makanan halal adalah kewajiban bagi konsumen muslim, karena mereka tidak hanya menginginkan produk yang higienis dan terjangkau, tetapi juga yang terjamin kehalalannya. Namun, karena keterbatasan pengetahuan, konsumen muslim sering kali menilai kehalalan hanya berdasarkan kemasan. Oleh karena itu, diperlukan lembaga yang memastikan produk berlabel halal sudah memiliki sertifikat halal, yang merupakan pengakuan resmi bahwa produk tersebut telah memenuhi standar kehalalan.⁷

Keragaman menu di Bakso Pandawa mencakup kelengkapan menu, cita rasa, pilihan variasi menu, serta ketersediaan produk yang selalu ada

⁵ Yenni Arfah, *Keputusan Pembelian* (Padang Sidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022), 5.

⁶ Hermawan Kartajaya, *On Marketing Mix* (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2007), 15.

⁷ Era Susanti, Nilam Sari, and Khairul Amri, "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam)," *Ekobis Syariah* 2, no. 1 (June 24, 2021): 45, <https://doi.org/10.22373/ekobis.v2i1.10006>.

kan pun diperlukan.⁸ Selain keragaman menu, seorang pengusaha juga perlu menciptakan konsep kedai bakso yang nyaman, fungsional, menarik, dan berbeda dari kebanyakan kedai bakso lainnya. Faktor ini memang terkesan tidak terlalu penting. Namun, pada kenyataannya kedai bakso yang nyaman dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen serta menjadi nilai tambah untuk kepuasan konsumennya.

Selain desain interior, keragaman menu, dan labelisasi halal faktor penting lainnya yang perlu diperhatikan adalah harga. Harga merupakan nilai yang ditetapkan sebagai acuan untuk barang atau jasa. Kebijakan penetapan harga harus disesuaikan dengan apa yang diperoleh konsumen serta mempertimbangkan kondisi ekonomi masyarakat saat ini.⁹ Seperti yang diketahui, pendapatan masyarakat banyak yang menurun drastis akibat pandemi covid-19, yang berdampak pada penurunan keputusan pembelian. Oleh karena itu, manajemen Bakso Pandawa harus dapat menyesuaikan harga dengan produk yang ditawarkan, agar konsumen tidak beralih ke tempat lain dengan harga yang relatif lebih murah.

Bakso Pandawa cabang Kraksaan merupakan salah satu kedai bakso yang berada di daerah kota Kraksaan. Lokasinya yang sangat strategis karena berada tepat di samping salah satu pusat perbelanjaan terbesar di Kraksaan dengan halaman parkir yang luas, serta berada di Jalan Raya

⁸ Methiana Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Pers, 2019), 26.

⁹ Teguh Setiawan Wibowo et al., "Product Pricing Strategy On Consumer Purchasing Power: A Literature Study," *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 3, no. 5 (2022): 2987–96, <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>.

Panglima Sudirman yang sering digunakan sebagai jalur utama untuk berbagai kegiatan masyarakat dan pemerintahan, menghubungkan berbagai kelurahan di Kraksaan, serta menjadi akses menuju fasilitas penting lainnya seperti rumah sakit, sekolah, perkantoran. Tingginya aktivitas kendaraan di jalan tersebut membuat Bakso Pandawa ini lebih mudah diakses oleh para konsumennya.

Selain menawarkan beragam makanan dan minuman, Kedai Bakso Pandawa juga menyediakan tiga jenis ruang (ruang VIP full AC, ruangan *indoor*, dan *semi outdoor*) yang bisa dinikmati oleh konsumen untuk bersantai, bekerja, atau mengerjakan tugas. Bagian luar kedai menampilkan desain minimalis ala Korea, terdapat warna putih dengan sedikit sentuhan hijau dan coklat dari hiasan dinding sebagai pemanis. Di dalam ruangan, konsep minimalis berlanjut dengan nuansa warna putih dan kuning lembut pada banner unik yang ditempel hampir mengitari seluruh ruangan. Pada area VIP, didominasi warna putih dan beberapa hiasan dinding yang menambah kesan elegan dari ruangan tersebut, terdapat fasilitas full AC juga didalam ruangan ini. Bakso Pandawa cabang Kraksaan buka setiap hari dari pukul 09.00 hingga 21.00 WIB.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Desain Interior, Keragaman Menu, Harga, Lokasi Bisnis, dan Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Bakso Pandawa Cabang Kraksaan)"**

B. Identifikasi Masalah

Peneliti menemukan karakteristik yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Bakso Pandawa cabang Kraksaan berdasarkan latar belakang variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian melalui temuan pra survei. Masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Desain interior dari Bakso Pandawa cabang Kraksaan kurang unik dan tidak memiliki tema yang spesifik.
2. Menu yang ditawarkan di Bakso Pandawa kurang lengkap dan masih terdapat beberapa menu bakso kekinian yang belum tersedia di Bakso Pandawa.
3. Harga yang ditawarkan lebih mahal apabila dibandingkan dengan bakso-bakso gerobakan pada umumnya.
4. Area parkir yang luas dan tidak adanya plang nama toko yang biasa terpasang di pinggir jalan membuat Bakso Pandawa kurang terlihat dari sisi pengendara yang melintasi jalan raya Kraksaan.
5. Konsumen cenderung kurang membaca dan memperhatikan label halal yang dipajang di kedai Bakso Pandawa.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah desain interior, keragaman menu, harga, lokasi bisnis, dan labelisasi halal berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen Bakso Pandawa cabang Kraksaan?
2. Apakah desain interior berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen Bakso Pandawa cabang Kraksaan?
3. Apakah keragaman menu berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen Bakso Pandawa cabang Kraksaan?
4. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen Bakso Pandawa cabang Kraksaan?
5. Apakah lokasi bisnis berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen Bakso Pandawa cabang Kraksaan?
6. Apakah labelisasi halal berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen Bakso Pandawa cabang Kraksaan?

D. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah disebutkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh signifikan desain interior, keragaman menu, harga, lokasi bisnis, dan labelisasi halal secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen Bakso Pandawa cabang Kraksaan
2. Untuk menguji pengaruh signifikan desain interior secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen Bakso Pandawa cabang Kraksaan

3. Untuk menguji pengaruh signifikan keragaman menu secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen Bakso Pandawa cabang Kraksaan
4. Untuk menguji pengaruh signifikan harga secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen Bakso Pandawa cabang Kraksaan
5. Untuk menguji pengaruh signifikan lokasi bisnis secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen Bakso Pandawa cabang Kraksaan
6. Untuk menguji pengaruh signifikan labelisasi halal secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen Bakso Pandawa cabang Kraksaan

E. Kegunaan Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat ditinjau dari dua aspek, yaitu secara teoritis dan praktis. Berikut adalah manfaat dari penelitian ini:

1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dan memperluas pengetahuan bagi para peneliti di bidang pemasaran, serta menjadi referensi yang berguna bagi peneliti yang akan datang.

2) Manfaat Praktis

a. Bagi Akademis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dan sumber panduan bagi seluruh mahasiswa, terutama di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, mengenai “Pengaruh desain interior, keragaman

menu, harga, lokasi bisnis, dan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian konsumen (studi Bakso Pandawa cabang Kraksaan)".

b. Bagi Para Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat berfungsi sebagai referensi kajian sebelumnya dan membantu dalam mengidentifikasi strategi yang lebih kreatif dan inovatif untuk produk sejenis.

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi perusahaan dalam meningkatkan desain interior, keragaman menu, harga, lokasi bisnis, dan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian konsumen serta menjaga kebersamaan dalam perusahaan untuk membangun tim yang baik.

d. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi pengetahuan bagi pembaca serta memberikan wawasan tentang perilaku bisnis yang berkontribusi dalam peningkatan desain interior, keragaman menu, harga, lokasi bisnis, dan labelisasi halal yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1) Ruang Lingkup

Sesuai dengan judul penelitian, ruang lingkup penelitian ini akan dilakukan di Bakso Pandawa cabang Kraksaan. Penelitian ini akan mengeksplorasi hubungan antara variabel independen (X) dan variabel

dependen (Y). Variabel independen mencakup Desain Interior (X1), Keragaman Menu (X2), Harga (X3), Lokasi Bisnis (X4), dan Labelisasi Halal (X5) sementara variabel dependen adalah Keputusan Pembelian Konsumen (Y), dengan objek penelitian adalah konsumen Bakso Pandawa cabang Kraksaan, Probolinggo.

2) Keterbatasan Penelitian

Karena luasnya permasalahan, peneliti memberikan batasan dalam penelitian ini dengan fokus pada desain interior, keragaman menu, harga, lokasi bisnis, dan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian konsumen.

G. Penegasan Istilah

1) Definisi Konseptual

Dalam penelitian ini terdapat 6 variabel definisi konseptual yaitu desain interior, keragaman menu, harga, lokasi bisnis, labelisasi halal, dan keputusan pembelian konsumen.

a) Desain Interior

Desain interior adalah proses merencanakan dan mengatur tata letak ruang dalam bangunan untuk memenuhi kebutuhan serta menciptakan kenyamanan dan keinginan untuk tinggal di dalam ruangan tersebut.¹⁰

¹⁰ Novarikha Ariyanti, Stefanus Pani Rengu, and Hermintatik, "Peran Desain Interior Terhadap Kepuasan Pemustaka (Studi Pada Perpustakaan SMK Negeri 4 Malang)," *Jap* 3, no. 11 (2015): 1869, <http://administrasipublik.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jap/article/view/1002>.

b) Keragaman Menu

Keragaman menu merupakan variasi pilihan makanan dan minuman yang ditawarkan di sebuah tempat makan, yang bertujuan untuk memenuhi selera dan preferensi konsumen yang beragam. Untuk memenangkan persaingan, restoran perlu memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen dapat membuat keputusan pembelian.¹¹

c) Harga

Harga adalah nilai yang diukur dalam bentuk rupiah untuk melakukan pertukaran atau transaksi, yaitu jumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh barang dan jasa. Harga merupakan salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.¹²

d) Lokasi Bisnis

Lokasi bisnis adalah tempat atau area di mana sebuah usaha beroperasi. Menurut Fu'ad Keberhasilan suatu usaha bergantung pada pemilihan lokasi yang tepat.¹³

¹¹ Savira Bintang Camelia and Sri Suryoko, "Pengaruh Keragaman Menu, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Restoran D'Cost Seafood Semarang)," *Diponegoro Journal Of Social And Political* 6, no. 3 (2017): 3.

¹² Aan Purnama, "Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sebamed Pada Divisi Dewasa PT Eltean Luhur Kencana Jakarta Selatan," *Jurnal Ilmiah Republika* 10, no. 1 (2022): 268.

¹³ Sandra Fitriyani, Trisna Murni, and Sri Warsono, "Pemilihan Lokasi Usaha Dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro Dan Kecil," *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen* 13, no. 1 (May 12, 2019): 48, <https://doi.org/10.33369/insight.13.1.47-58>.

e) Labelisasi Halal

Label halal merupakan pencantuman tulisan atau pernyataan khusus pada kemasan suatu produk yang berfungsi untuk memberikan informasi kepada konsumen bahwa produk tersebut telah memenuhi persyaratan dan ketentuan kehalalan. Dengan adanya label ini, konsumen dapat lebih yakin bahwa produk tersebut aman dikonsumsi sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam.¹⁴

f) Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah hasil dari ketertarikan seseorang terhadap suatu produk yang membuatnya ingin membeli, mencoba, menggunakan, atau memiliki produk tersebut. Dalam proses pembelian barang, seringkali ada lebih dari satu pihak yang terlibat dalam transaksi atau pertukaran. Setiap produsen pasti menerapkan berbagai strategi untuk mendorong konsumen mengambil keputusan untuk membeli produk mereka. Keputusan pembelian mencerminkan tindakan konsumen, apakah mereka memutuskan untuk membeli atau tidak membeli produk tersebut.¹⁵

¹⁴ KN Sofyan Hasan, "Kepastian Hukum Sertifikasi Dan Labelisasi Halal Produk Pangan," *Jurnal Dinamika Hukum* 14, no. 2 (May 25, 2014): 231, <https://doi.org/10.20884/1.jdh.2014.14.2.292>.

¹⁵ Doni Marlius, "Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran PT. Intercom Mobilindo Padang," *Jurnal Pundi* 1, no. 1 (September 12, 2017): 57, <https://doi.org/10.31575/jp.v1i1.9>.

2) Definisi Operasional

a. Desain Interior

Desain Interior dapat diukur dengan beberapa indikator yaitu tata ruang, sirkulasi, perabot, utilitas, warna, dan dekorasi. Data yang digunakan dalam variabel ini adalah data ordinal dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner.

b. Keragaman Menu

Terdapat beberapa indikator untuk mengukur keragaman menu yaitu varian, inovasi menu, selera, dan porsi. Data pada variabel ini termasuk dalam kategori data ordinal dan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner.

c. Harga

Harga dapat diukur dengan beberapa indikator yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, daya saing harga, dan potongan harga. Data yang digunakan dalam variabel ini adalah data ordinal dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner.

d. Lokasi Bisnis

Terdapat beberapa indikator untuk mengukur lokasi bisnis yaitu akses, visibilitas, lalu lintas (*traffic*), dan lokasi pesaing. Data pada variabel ini termasuk dalam kategori data ordinal dan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner.

e. Labelisasi Halal

Labelisasi halal dapat diukur dengan beberapa indikator yaitu gambar, tulisan, kombinasi gambar dan tulisan, dan menempel pada kemasan. Data yang digunakan dalam variabel ini adalah data ordinal dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner.

f. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian dapat diukur dengan beberapa indikator yaitu pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, jumlah pembelian, dan metode pembayaran. Data pada variabel ini termasuk dalam kategori data ordinal dan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner.

H. Sistematika Penulisan Proposal Skripsi

Bagian Awal :

Pada bagian awal skripsi terdapat halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini mencakup uraian mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, ruang lingkup penelitian, keterbatasan masalah, penegasan istilah, dan sistematika penulisan skripsi. Bagian ini bertujuan untuk memperkenalkan dan mendeskripsikan permasalahan serta langkah

awal, yang menyajikan kerangka teoritis yang akan dikembangkan dari bab awal hingga bab-bab berikutnya.

BAB II KAJIAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan objek penelitian dan terbagi menjadi empat bagian. Bagian pertama mencakup kajian teori mengenai desain interior, keragaman menu, harga, lokasi bisnis, labelisasi halal dan keputusan pembelian konsumen. Bagian kedua membahas penelitian terdahulu untuk memastikan tidak ada unsur plagiasi. Bagian ketiga adalah kerangka konseptual, yang memberikan gambaran tentang permasalahan yang akan diuji. Bagian keempat memuat hipotesis penelitian yang menggambarkan kemungkinan jawaban yang akan diperoleh setelah penelitian dilakukan.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan metode yang digunakan oleh peneliti untuk mencapai hasil penelitian yang optimal. Bab ini mencakup pendekatan dan jenis penelitian, populasi, teknik sampling dan sampel, sumber data, variabel penelitian, skala penelitian, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, serta analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, termasuk deskripsi data yang diperoleh dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan.

BAB V PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi penjelasan mendetail mengenai hasil penelitian yang telah dilaksanakan, disajikan dengan jelas dan tepat.

BAB VI PENUTUP

Dalam bab ini menyajikan kesimpulan dari penelitian serta saran-saran terkait penelitian yang telah dilaksanakan.

Bagian Akhir :

Bagian akhir skripsi berisi daftar rujukan, lampiran-lampiran penelitian, surat pernyataan keaslian tulisan dan daftar riwayat hidup.