

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan abad ke-21 telah menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam laju perkembangan bisnis, yang ditandai dengan perubahan yang terus berlangsung. Seluruh pelaku bisnis di setiap kategori harus tetap waspada terhadap perubahan yang terjadi dan mengutamakan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utamanya.

Dunia bisnis kontemporer ditandai dengan berbagai kemajuan dan transformasi di era globalisasi saat ini. Perubahan yang terjadi ditandai dengan berkembangnya pola pikir masyarakat, kemajuan teknologi, dan gaya hidup yang tidak dapat dilepaskan dari dampak globalisasi². Secara tidak langsung, kita harus mampu mengimbangi kemajuan dan perubahan yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Dampak dari perkembangan era tersebut adalah adanya produk dan layanan yang menawarkan berbagai keunggulan dan keunikan masing-masing.

Hal ini memberikan banyak alternatif pilihan bagi konsumen dalam memanfaatkan produk dan layanan yang disediakan produsen. Namun, produsen menganggap hal ini sebagai ancaman, karena lingkungan bisnis menjadi semakin kompetitif karena jumlah produk dan layanan yang ditawarkan semakin banyak. Agar tetap kompetitif di pasar, para pelaku bisnis

² Nugrahanti, Puspitasari, and Andaningsih, "Transformasi Praktik Akuntansi Melalui Teknologi: Peran Kecerdasan Buatan, Analisis Data, Dan Blockchain Dalam Otomatisasi Proses Akuntansi."

harus mencapai kinerja yang optimal bagi sektor bisnisnya di tengah persaingan yang semakin ketat ini. Untuk mengatasi masalah ini, pelaku bisnis harus menetapkan strategi pemasaran yang efektif untuk produk dan layanannya agar tetap kompetitif di pasar.

Pertumbuhan masyarakat modern sering dikaitkan dengan meningkatnya mobilitas masyarakat dan tuntutan pekerjaan, yang menyebabkan semakin banyaknya pekerja pria dan wanita yang menghabiskan waktu di luar rumah³. Akibatnya, mereka terus mencari solusi praktis untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka. Salah satu cara yang dilakukan banyak wanita pekerja atau karier untuk menghabiskan waktu di luar rumah adalah dengan mencari makan dan minum. Hal ini dapat menyulitkan mereka untuk memenuhi tanggung jawab mereka sebagai ibu rumah tangga, seperti menyediakan makanan untuk keluarga, karena banyaknya waktu yang mereka habiskan di luar rumah.

Tren makan di luar (*eating out*) secara global akan terus terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2024, praktik makan di luar mengalami peningkatan yang cukup signifikan dalam skala global. Dalam survei yang dilakukan oleh US Foods menunjukkan bahwa rata-rata orang Amerika makan di luar tiga kali per bulan atau melakukan pemesanan makanan secara *online* (*delivery order*), dengan frekuensi hingga 4,5 kali per bulan⁴.

Tren makan di luar juga sangat lazim di Eropa, khususnya di Italia, dengan 28% responden mengaku makan di luar setidaknya seminggu sekali. Perilaku ini lebih banyak ditemukan di kalangan individu berusia 18 hingga 39

³ Kurniawan, Santi, and Sopian, "Pendidikan Dalam Perspektif Teori Sosiologi Education In A Sociological Theory Perspective."

⁴ US Foods, "2024 Food Trends Survey," escoffier.edu, diakses 15 Mei 2025, <https://escoffier.edu>.

tahun, yang menunjukkan bahwa generasi muda lebih cenderung makan di luar⁵.

Di Indonesia, tren makan diluar (*eating out*) juga mengalami peningkatan seiring berjalannya waktu. Survei yang dilakukan *GoodStats* menunjukkan bahwa 38,1% responden membeli makanan dari luar rata-rata 3-5 kali dalam seminggu, sementara 32,4% hanya melakukannya 1-2 kali dalam seminggu. Menurut *goodstats.id*, sekitar 28,3% responden mengaku membeli makanan dari luar setiap hari, sementara hanya 1,2% yang tidak pernah melakukannya dalam seminggu⁶.

Konsumsi makanan dan minuman olahan per kapita per minggu di wilayah Kota Bekasi, khususnya di Kecamatan Harapan Jaya, mencapai 3.129 kg. Kelompok makanan pokok memiliki konsumsi tertinggi yaitu 1.142 kg, yang menunjukkan kecenderungan masyarakat untuk mengonsumsi makanan olahan di warung atau restoran⁷. Fenomena ini semakin nyata seiring dengan meningkatnya jumlah masyarakat Kota Bekasi yang membelanjakan uang untuk makanan, sehingga menunjukkan semakin meningkatnya kebiasaan makan di luar. Secara umum, fenomena ini dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti tersedianya layanan pesan-antar makanan yang mudah, kesibukan hidup modern, serta berkembangnya preferensi konsumen yang makin memilih makan di luar sebagai pilihan praktis.

⁵ Sana.it, "Eating Out Trends in Europe: Italy's Youth Leading the Way," diakses 15 Mei 2025, <https://sana.it>.

⁶ GoodStats, "Survey Konsumsi Makanan dari Luar di Indonesia 2024," *goodstats.id*, diakses 15 Mei 2025, <https://goodstats.id>.

⁷ GoodStats, "Data Konsumsi Makanan Olahan di Kota Bekasi," *data.goodstats.id*, diakses 15 Mei 2025, <https://data.goodstats.id>.

Ayam penyet dan pecel lele merupakan dua dari berbagai jenis usaha kuliner yang saat ini sedang marak di masyarakat Indonesia dan terbukti mampu bertahan serta diminati oleh pelanggan hingga saat ini sebagai menu konsumsi sehari-hari⁸. Kedua jenis usaha kuliner ini sangat digemari oleh masyarakat Indonesia dengan angka Keputusan pembelian yang cukup tinggi.

Keputusan pembelian adalah proses yang dilalui oleh konsumen dalam memilih produk atau layanan untuk dibeli, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kebutuhan, preferensi, informasi yang tersedia, dan faktor sosial⁹.

Keputusan pembelian sering kali dibuat setelah melakukan perbandingan terhadap dua atau lebih alternatif pilihan¹⁰. Oleh karena itu, pembelian yang paling sesuai bagi pembeli ditentukan oleh keinginan dan tujuan mereka. Guna menarik pelanggan, perusahaan harus berupaya untuk mempengaruhi keputusan pembelian dengan memperhatikan berbagai faktor, seperti jenis kelamin, usia, Tingkat ekonomi dan gaya hidup¹¹.

Prakosa (2021) berpendapat bahwa pelaku bisnis dapat mengembangkan strategi pemasaran dengan memperhatikan kepuasan pelanggan melalui upaya memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan konsumen¹². Dalam bisnis

⁸ Putra Maha Segara Andre, Ali Hapzi, And Nursal Fadhli M, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Pembelian Ulang Umkm Pecel Lele Yopi Bekasi."

⁹ prakoso, "Keputusan Pembelian Pada Bengkel Kamal Motor The Effect Of Service Quality And Price On Purchase Decisions At Kamal Motor Gunung Sindur Workshop."

¹⁰ Ibrahim, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Sparepart Ups Motor."

¹¹ Satdiah, Siska, And Indra, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint."

¹² Prakosa and Tjahjaningsih, "Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, Dan Pengetahuan Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Lipat Di Kota Semarang."

kuliner, selain memuaskan selera konsumen, kenyamanan juga perlu diperhatikan sehingga kualitas pelayanan harus sangat diperhatikan¹³.

Kualitas layanan merupakan konsep penting dalam bisnis dan manajemen yang menunjukkan sejauh mana layanan yang diberikan memenuhi atau melampaui harapan konsumen¹⁴. Kualitas layanan sebagai perbedaan antara harapan klien dan persepsi mereka terhadap layanan yang mereka terima¹⁵. Dalam pendapat lain, kualitas layanan adalah kapasitas untuk secara konsisten dan andal memenuhi persyaratan pelanggan, dengan demikian melampaui atau memenuhi harapan mereka¹⁶. Terdapat lima dimensi kualitas layanan yakni keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*)¹⁷. Masing-masing dimensi ini penting untuk evaluasi keseluruhan konsumen terhadap kualitas layanan yang mereka terima.

Kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan kelangsungan bisnis. Misalnya dimensi keandalan dalam kualitas pelayanan di warung pecel lele berarti konsistensi dalam menyediakan makanan dengan cita rasa yang enak dan sesuai dengan pesanan pelanggan. Cita rasa adalah pengalaman sensorik kompleks yang melibatkan indera perasa, penciuman, dan penglihatan saat mengonsumsi makanan atau minuman¹⁸. T.

¹³ Tarigan, "Suka Medan Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Cita Rasa Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pecel Lele Mama Suka Medan."

¹⁴ Turama, "Formulasi Teori Fungsionalisme Struktural Talcott Parsons," 2020.

¹⁵ Agung et al., "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Atas Keputusan Pembelian Sparepart Di Berkah Motor Tangerang."

¹⁶ Siti Fatimah, Yakob Noho Nani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Kantor Desa Molas Kecamatan Bongomeme Kabupaten Gorontalo."

¹⁷ Meilany, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Kantor Desa Subarak Kecamatan Gunung Sahilan Kampar."

¹⁸ Shobarnas, "Pengaruh Lokasi, Cita Rasa, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pecel

Cita rasa sebagai campuran sensasi dasar seperti manis, asam, pahit, asin, dan umami, serta aroma dan tekstur yang dirasakan melalui indera perasa dan penciuman¹⁹. Rasa yang lezat dan konsisten dapat meningkatkan kenikmatan dan menghasilkan pengalaman bersantap yang menyenangkan, sehingga meningkatkan kemungkinan Keputusan pembelian.

Selain cita rasa, harga juga merupakan variabel yang penting, harga yang rendah atau harga yang terjangkau memicu untuk untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Harga adalah nilai yang diberikan pada suatu produk atau layanan yang diberikan kepada pelanggan sebagai imbalan atas produk atau layanan yang diterima²⁰. Harga menunjukkan jumlah uang yang harus dikeluarkan pelanggan untuk memperoleh manfaat dari suatu produk atau layanan²¹.

Di Kecamatan Harapan Jaya, Kabupaten Bekasi Utara, Kota Bekasi, terdapat beberapa pelaku usaha kuliner pecel lele, baik yang sudah lama maupun yang masih baru. Berdasarkan data dan pengamatan peneliti, terdapat sepuluh warung pecel lele yang setiap hari aktif berjualan seperti pada tabel berikut:

Tabel 1. 1 Daftar Nama Usaha Pecel Lele di Kelurahan Harapan Jaya Kecamatan Bekasi Utara Tahun 2024

No.	Nama UMKM	Alamat
1.	Warung pecel lele Cak fiq Seroja07	Jl. Harkit Raya
2.	Rumah Makan pecel lele H.Suliyono	Jl. Sejati Kp. Rw. Bambu
3.	Warung pecel lele mbak nur	Jl. Irigasi harapan Jaya
4.	RM pecel lele baarik lanaa	11 Jl.Rawa Bambu
5.	Warung pecel lele selera muda mudi	51 Jl.Alexindo

Lele Pak Dewo Di Desa Kuok.”

¹⁹ Tarigan, “Suka Medan Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Cita Rasa Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pecel Lele Mama Suka Medan.”

²⁰ Wicaksana, Paramastri, and Ardyanfitri, “Purchase Intention Produk Frozen Food Berdasarkan Perceived Quality Dan Price Fairness.”

²¹ Pratiwi, Junaedi, and Prasetyo, “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen:”

6.	Pecel lele Pak Iwan SBS	Jl. Semeru Utara
7.	Pecel lele Banyumasan Mas Imanu	Jl. Sultan Agung
8.	Pecel lele & Ayam Doa Ibu	Jl. Jala Gunung jaya wijaya
9.	Pecel lele Lamongan Cak Wiro	Jl. Raya Seroja Harapan jaya
10.	Pecel lele Bu Harun	Jl. Bulak Harapan jaya

(Sumber: Diolah oleh peneliti, 2025)

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, dari keseluruhan warung pecel lele tersebut terdapat 5 warung pecel lele yang menjadi pelopor warung pecel lele di wilayah tersebut, memiliki intensitas penjualan paling tinggi serta memiliki basis pelanggan yang paling banyak yakni warung pecel lele Cak Fiq Seroja07, Rumah makan pecel lele H. Suliyono, RM Pecel lele bariik lanaa, warung pecel lele selera muda mudi dan Warung pecel lele Lamongan Cak Wiro. Peneliti mengamati sebuah fenomena menarik dari ketiga warung pecel lele tersebut, yang mana ketiganya mampu bertahan dan bahkan mengalami peningkatan ditengah maraknya persaingan warung pecel lele yang semakin menjamur di wilayah tersebut. Dari data observasi pra penelitian yang dilakukan peneliti, didapati angka penjualan dari tiga warung tersebut selama 5 tahun terakhir sebagai berikut:

Tabel 1. 2 Data Penjualan Pecel Lele dalam Periode 2020-2024

No	Nama Warung	2020	2021	2022	2023	2024
1	Cak Fiq Seroja07	96,440	94,799	97,458	58,325	67,878
2	H. Suliyono	66,690	56,339	68,351	81,786	58,714
3	Cak Wiro	71,017	57,908	66,355	78,267	73,102
4	RM Pecel Lele Baarik Lanaa	53,210	49,876	60,240	65,382	62,517
5	Warung Pecel Lele Selera Muda Mudi	45,876	47,521	52,198	59,384	64,001

(Sumber: Diolah oleh peneliti, 2025)

Tabel 1.2 terlihat adanya fluktuasi dalam jumlah penjualan pada masing-masing warung. Cak Fiq Seroja07 mengalami penurunan penjualan yang signifikan pada 2023, namun sedikit meningkat kembali pada 2024. H.

Suliyono menunjukkan penurunan di 2021, namun kembali naik pada 2023, meskipun mengalami penurunan lagi di 2024. Cak Wiro juga mengalami penurunan pada 2021, namun tren penjualannya kembali membaik pada 2022 dan 2023, meskipun sedikit turun pada 2024. RM Pecel Lele Baarik Lanaa mengalami penurunan pada 2021, namun mengalami kenaikan yang stabil hingga 2024. Sementara itu, Warung Pecel Lele Selera Muda Mudi menunjukkan tren peningkatan yang konsisten setiap tahunnya hingga mencapai angka tertinggi pada 2024. Secara keseluruhan, meskipun ada variasi di setiap warung, sebagian besar menunjukkan fluktuasi dengan kecenderungan pemulihan penjualan setelah penurunan. Secara umum, data ini menggambarkan pola penjualan ke lima warung pecel lele yang mengalami naik dan turun. Hal ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor yang harus dikaji lebih lanjut.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk membuat penelitian dengan judul ***“Pengaruh Harga, Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pecel Lele Pada Warung Di Kelurahan Harapan Jaya Bekasi”***.

B. Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian

1. Identifikasi Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh faktor-faktor seperti harga, rasa, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pecel lele di warung-warung di Desa Harapan Jaya, Kota Bekasi. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana masing-masing faktor mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli pecel lele, serta hubungan antara faktor-faktor tersebut dalam konteks usaha kuliner lokal. Selain itu, penelitian ini akan menyelidiki dampak simultan dari ketiga variabel tersebut dan cara interaksinya mempengaruhi keputusan pembelian.

2. Batasan Masalah

penelitian ini hanya akan difokuskan pada pengaruh harga, rasa, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pecel lele di warung-warung di Desa Harapan Jaya, Kota Bekasi. Penelitian ini tidak akan membahas promosi dan faktor eksternal lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Hasil penelitian ini hanya berlaku bagi konsumen yang berbelanja di lokasi tersebut, karena subjek penelitian adalah konsumen yang pernah membeli pecel lele di warung-warung tersebut. Selain itu, data yang diperoleh untuk penelitian ini dibatasi hingga tahun 2024 dan tidak mencakup analisis tren jangka panjang atau perubahan di luar jangka waktu tertentu. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang pengaruh harga, rasa, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pecel lele di wilayah tersebut

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pecel lele pada warung di Kelurahan Harapan Jaya Bekasi?
2. Bagaimana pengaruh cita rasa terhadap keputusan pembelian pecel lele pada warung di Kelurahan Harapan Jaya Bekasi?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pecel lele pada warung di Kelurahan Harapan Jaya Bekasi?
4. Bagaimana pengaruh harga, cita rasa, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian pecel lele pada warung di Kelurahan Harapan Jaya Bekasi?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pecel lele pada warung di Kelurahan Harapan Jaya Bekasi
2. Mengetahui pengaruh cita rasa terhadap keputusan pembelian pecel lele pada warung di Kelurahan Harapan Jaya Bekasi
3. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pecel lele pada warung di Kelurahan Harapan Jaya Bekasi
4. Mengetahui pengaruh harga, cita rasa, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian pecel lele pada warung di Kelurahan Harapan Jaya Bekasi

E. Kegunaan Penelitian

Adapun Kegunaan dari hasil penelitian ini berdasarkan berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah di atas sebagai berikut:

1) Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada para pembaca, khususnya yang berkecimpung di bidang kewirausahaan, tentang perilaku konsumen dalam konteks pengadaan produk pecel lele dari warung makan di Kelurahan Harapan Jaya, Kota Bekasi.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dokumen akademik yang bermanfaat sebagai acuan dalam kegiatan akademik, khususnya bagi Fakultas Ekonomi, Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian lanjutan yang lebih mendalam di bidang kewirausahaan dan ekonomi syariah.

2) Manfaat Praktis

- a. Peningkatan Pemasaran di Kelurahan Harapan Jaya

Temuan penelitian ini dirancang untuk memberikan informasi yang lebih baik kepada para pelaku usaha warung pecel lele di Kelurahan Harapan Jaya tentang selera dan permintaan pelanggan setempat. Dengan memahami berbagai elemen yang mendorong pilihan pembelian, para pelaku usaha warung pecel lele dapat meningkatkan taktik pemasaran,

mengubah barang, dan menciptakan pengalaman yang memenuhi harapan pelanggan, sehingga meningkatkan daya tarik dan penjualan.

b. Peningkatan Kualitas

Para pemilik usaha warung pecel lele dapat meningkatkan kualitas produk dan layanannya dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan memungkinkan warung tersebut untuk bersaing secara lebih efektif dengan para pesaing lokal lainnya di pasar lokal, sehingga dapat memperkuat daya saing dan keberlanjutan usaha warung pecel lele di Kelurahan Harapan Jaya.

3) Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada peneliti lain tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen saat memilih produk pecel lele dari pedagang makanan di Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Bekasi Utara. Penelitian ini berpotensi menjadi acuan bagi penelitian lanjutan di bidang yang sama atau penelitian yang lebih terfokus pada lokasi atau sektor usaha tertentu.

F. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini mengkaji pengaruh harga, cita rasa, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pecel lele di warung-warung Kelurahan Harapan Jaya, Bekasi Utara. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan observasi langsung di warung, dengan fokus pada konsumen yang membeli

pecel lele pada tahun 2024. Penelitian ini berlangsung selama enam bulan, mulai Januari hingga Juni 2025, dan menggunakan analisis regresi untuk menguji pengaruh masing-masing faktor terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pelaku usaha kuliner untuk meningkatkan strategi pemasaran dan pelayanan guna memperkuat daya saing di pasar lokal.

G. Penegasan Variabel

1. Harga

Harga dalam penelitian ini merujuk pada persepsi konsumen terhadap nilai yang mereka bayarkan untuk produk pecel lele. Variabel ini akan mengkaji bagaimana konsumen menilai harga yang ditawarkan oleh warung pecel lele di Kelurahan Harapan Jaya, dan apakah harga tersebut dianggap sebanding dengan kualitas dan manfaat yang diterima. Penelitian ini juga akan menilai apakah harga yang terjangkau atau mahal mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, serta apakah konsumen cenderung memilih harga yang lebih rendah atau lebih tinggi sesuai dengan preferensi mereka terhadap produk tersebut.

2. Cita Rasa

Cita rasa dalam konteks penelitian ini mengacu pada pengalaman sensorik konsumen saat menikmati pecel lele, yang melibatkan rasa, aroma, tekstur, dan suhu makanan yang disajikan. Variabel ini akan dianalisis untuk mengetahui bagaimana konsumen menilai kelezatan dan kesesuaian rasa pecel lele dengan preferensi mereka. Cita rasa yang enak dan konsisten

diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan mendorong keputusan pembelian ulang. Penelitian ini juga akan melihat apakah faktor seperti tekstur makanan, aroma, atau suhu makanan saat disajikan berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli pecel lele di warung tertentu.

3. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dalam penelitian ini mencakup lima dimensi utama, yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Variabel ini akan menilai sejauh mana pelayanan yang diberikan oleh warung pecel lele memengaruhi kepuasan dan keputusan pembelian konsumen. Misalnya, bagaimana keandalan pelayanan (seperti ketepatan waktu dan ketepatan pesanan), kecepatan tanggapan terhadap permintaan konsumen, serta keramahan pelayan berpengaruh terhadap pengalaman konsumen. Selain itu, dimensi empati dan jaminan yang mencerminkan perhatian terhadap kebutuhan konsumen juga akan dianalisis untuk mengetahui pengaruhnya terhadap loyalitas dan keputusan pembelian konsumen di masa depan.

H. Sistematika Penelitian

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini memaparkan secara singkat mengenai latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian, pemnegasan variabel dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai teori-teori tentang Pengaruh Harga, Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pecel Lele, penelitian terdahulu, kerangka teori dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan membahas mengenai metode penelitian yang di gunakan untuk penyusunan penelitian yang terdiri dari pendekatan penelitian dan jenis penelitian, lokasi penelitian, variabel dan pengukuran, populasi sampling dan sampel penelitian, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, dan tahapan penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini akan menguraikan deskripsi data atau penemuan hasil lapangan yang di peroleh peneliti dari sumber data yang ada dalam penelitian ini, peneliti juga akan mengumpulkan data responden dari berbagai latar belakang usia, pendapatan, dan pendidikan. Peneliti juga harus mencari analisis data dari responden yang memiliki preferensi yang kuat.

BAB V PEMBAHASAN

Pada bab pembahasan ini memaparkan penjelasan lebih dalam terkait data hasil penelitian yang diperoleh dari lapangan untuk menjawab hipotesis penelitian.

BAB IV PENUTUP

Pada bab ini merupakan bagian akhir yang akan menunjukkan pokok-pokok penting dari keseluruhan pembahasan ini. Terkait kesimpulan dari

peneliti yang sesuai dengan hasil penemuan di lapangan serta saran yang diperuntukkan kepada pihak yang memanfaatkan peneliti ini.