

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap daerah di Indonesia mempunyai ciri khas daerah. Mulai dari adat, budaya, hingga aneka ragam kuliner. Kuliner dapat menjadi ciri suatu daerah yang paling mudah diingat oleh wisatawan. Terbagi mulai dari makanan, minuman, serta jajan camilan. Sama halnya dengan Kabupaten Gresik yang merupakan salah satu kabupaten di Jawa Timur yang memiliki ragam kuliner. Ragam kuliner Kabupaten yang terletak di pesisir Selatan ini terdiri makanan antara lain Lontong Roomo, Nasi Krawu, Bandeng Kropok, dan Otak-otak Bandeng. Untuk camilan khas antara lain Jenang Ayas, Opak Jepit, Madu Mongso dan untuk ragam minuman terdapat Es Dawet Siwalan dan Minuman Legen. Khusus untuk buah Siwalan, tidak bisa ditemui setiap hari karena tanaman tersebut berbuah tergantung musim. Musim kemarau banyak ditemui pedagang Siwalan, biasa disajikan saat bulan puasa menemani hidangan berbuka puasa. Memasuki musim hujan, produktivitas buah Siwalan akan menurun. Dari sekian banyak kuliner khas Gresik, ada salah satu kuliner makanan yang sangat terkenal di berbagai kalangan, yaitu Nasi Krawu.

Nasi Krawu yang merupakan makanan khas sejak jaman dahulu menjadikan makanan ini mendapat tempat khusus dari warga Gresik sebagai salah satu menu sarapan. Nasi Krawu yang terdiri dari daging sapi suwir yang telah di masak dengan bumbu rempah disajikan hangat dengan nasi pulen, serundeng kelapa, sambal terasi dan dibungkus dengan daun pisang. Penjual Nasi Krawu banyak ditemukan di sekitar Jl. Jaksa Agung Gresik, sehingga bagi para penikmat

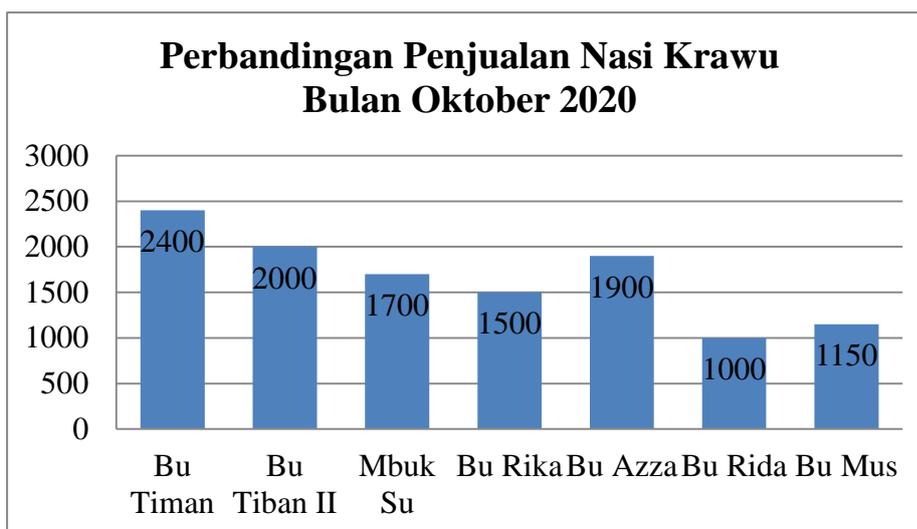
kuliner tidak perlu susah menemukan lokasi penjualnya. Selain dipilih sebagai sarapan, Nasi Krawu dapat disajikan saat momen hari besar keagamaan. Ketika sanak saudara dari kota lain yang berkunjung ke Kabupaten Gresik pasti akan mencari kuliner khas daerah. Selain menjadi Ikon makanan Khas Daerah Gresik Nasi Krawu merupakan kudapan yang terkenal karena rasanya yang enak dan memiliki rasa khas tersendiri. Rasanya yang khas makanan ini juga hanya ada di daerah Gresik. Dari banyaknya penjual Nasi Krawu di Gresik, beberapa diantara sudah terkenal dan banyak dicari para wisatawan yang juga menjadi favorit warga Gresik yang tersaji pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Data Penjualan Nasi Krawu di Gresik

No.	Nama Penjual	Alamat
1.	Nasi Krawu Bu Timan	JL.Dr Wahidin SH.No 245 Dahanrejo Gresik
2.	Nasi Krawu Bu Tiban II	JL. Veteran No. 118 Sidomoro Gresik
3.	Nasi Krawu Mbuk Su	JL. Raden Santri No 19 Kebungson Gresik
4.	Nasi Krawu Bu Rika	JL. Pahlawan No 18A Bedilan Gresik
5.	Nasi Krawu Bu Azza	JL. Panglima Sudirman No 83 Gapuro Sukolilo Gresik
6.	Nasi Krawu Bu Rida	JL. Samanhudi No 47-49 Pekelingan Gresik
7.	Nasi Krawu Bu Mus	JL. Banjar Baru Raya No 09 Wonorejo Gresik

Sumber : *Gresikkab, (2020)*

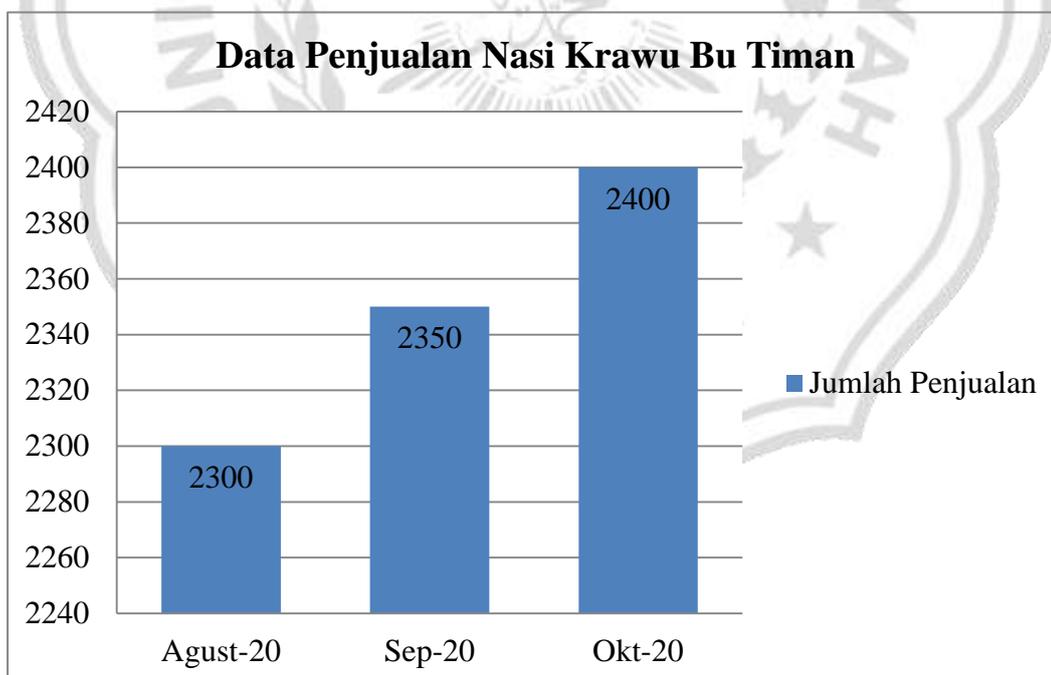
Berikut data perbandingan jumlah penjualan nasi krawu bulan Oktober 2020 pada masing-masing pengusaha :



Sumber : *Data diolah oleh peneliti*

Gambar 1.1 Perbandingan Penjualan Nasi Krawu Bulan Oktober 2020

Berdasarkan data perbandingan penjualan diatas, dapat dikatakan bahwa perolehan penjualan nasi krawu terbanyak adalah nasi krawu Bu Timan yang bertempat di Jl. Dr. Wahidin S.H. No.760, Dahanrejo. Berikut data penjualan nasi krawu Bu Timan I dalam tiga tahun terakhir yaitu bulan Agustus – Oktober :



Sumber : *Data diolah oleh peneliti*

Gambar 1.2 Data Penjualan Nasi Krawu Bu Timan pada Bulan Agustus – November 2020

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa penjualan nasi krawu Bu Timan pada bulan Agustus hingga Oktober mengalami kenaikan. Data penjual Nasi Krawu diatas telah diolah sesuai dengan data lapangan penjual yang sudah banyak dikenal. Rekomendasi dari masyarakat asli Gresik akan mempengaruhi para tamu dan para tamu yang merasa puas dengan Nasi Krawu juga akan merekomendasi pada teman atau koleganya yang lain. Ketika calon konsumen sudah mengetahui tentang produk yang telah ditawarkan melalui promosi maupun mendapatkan informasi dari mulut ke mulut, maka calon konsumen berhak melakukan pertimbangan sebelum mereka memutuskan sebuah keputusan dalam pembelian. Ketika konsumen sudah menggunakan sebuah produk, konsumen akan melakukan penilaian terhadap produk yang telah dikonsumsinya, apabila produk tersebut memberikan kepuasan dan kesan positif kepada konsumen, maka *Word of Mouth* positif yang kemungkinan akan terjadi, begitu pula sebaliknya.

Saat ini banyak bermunculan tempat wisata di Kabupaten Gresik, adanya tepat wisata ini akan menarik minat pengunjung baik dari dalam kota sendiri dan juga luar kota. Wisatawan yang datang sudah pasti akan mencari kuliner khas untuk berwisata kuliner. Menyebarnya kuliner khas suatu daerah turut dipengaruhi dengan adanya komunikasi antar wisatawan dan warga lokal. Berkembangnya kuliner di Gresik saat ini membuat para pemilik usaha kuliner dituntut untuk melakukan inovasi dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat, agar para konsumen menjadi loyal serta mampu mendatangkan konsumen baru. Dengan menjaga kualitas makanan serta adanya komunikasi antar masyarakat penikmat kuliner, mampu membantu pengusaha untuk memasarkan produknya. Kualitas dari

makanan juga wajib menjadi perhatian para pengusaha agar konsumen merasa puas dan merekomendasi ke orang lain.

Rekomendasi dari orang lain yang telah mencoba suatu kuliner dapat dianggap sebagai dampak positif. Pemilik usaha diharuskan mampu membuat strategi pemasaran yang tepat supaya dapat memenangkan persaingan pasar. Strategi yang dijalankan dapat bermacam-cam bentuknya, mulai dari pemasangan iklan di berbagai media cetak dan digital ataupun melalui perantara antar orang. Dengan berkebangnya media sosial saat ini dan banyaknya masyarakat yang terhubung satu dengan lain menjadi peluang bagi para pengusaha dalam mempromosikan produknya tanpa perlu bersusah payah memasang iklan di media cetak.

Kualitas produk harus diperhatikan oleh para pemilik produk. Kualitas produk yang baik akan membuat persepsi pelanggan menjadi baik, dan sebaliknya jika persepsi pelanggan tidak baik akan mempengaruhi keputusan pembelian. Strategi komunikasi dari mulut ke mulut atau *Word of Mouth* mempunyai pengaruh yang sangat besar kepada seseorang karena informasi yang didapat dianggap nyata dan jujur. Seseorang cenderung lebih mempercayai informasi produk yang mereka dengar dari teman, kerabat atau orang terdekat yang berpengalaman terhadap suatu produk tersebut dibandingkan dengan informasi dari iklan. *Word of Mouth* atau komunikasi dari mulut ke mulut akan terjadi secara alami ketika orang menjadi pendukung suatu merk atau produk karena puas dengan produk yang dipakai atau dikonsumsinya dan memiliki hasrat atau keinginan yang muncul dari diri sendiri serta antusias untuk mengajak orang lain memilih merk atau produk yang telah dipakainya. *Word Of Mouth* saat ini

menjadi bagian penting dalam studi pemasaran mengingat bahwa komunikasi dalam *Word Of Mouth* mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Ketatnya persaingan yang ada akan memposisikan pemasar untuk selalu mengembangkan dan merebut *market share*. Salah satu upaya untuk mencapai *market share* adalah merek. Merek atau *brand* adalah nama, istilah, *symbol*, *desain*, atau kombinasi dari semuanya yang mengidentifikasi suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan (Durianto, 2013). Salah satu peranan adanya merek adalah menjembatani harapan konsumen pada saat produsen menjanjikan sesuatu pada konsumen, dengan demikian dapat diketahui bahwa adanya emosional yang dapat tercipta dari konsumsi dengan perusahaan melalui merek. Dikemukakan oleh Kotler dalam penelitian Simamora (2002) bahwa syarat merek yang kuat adalah citra merek. Citra merek sendiri menjadi sangat penting untuk diperhatikan. Melalui citra merek yang baik, maka dapat menimbulkan nilai emosional pada diri konsumen, di mana akan timbul suatu perasaan yang positif saat membeli produk. Sebaliknya apabila suatu perusahaan memiliki citra yang buruk di mata konsumen, kecil kemungkinan konsumen untuk membeli produk tersebut.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, *Word Of Mouth*, Dan Citra Merk Lokal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Makanan Khas Gresik”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian makanan khas di Gresik?

2. Apakah *Word Of Mouth* mempengaruhi keputusan pembelian makanan khas di Gresik?
3. Apakah citra merek mempengaruhi keputusan pembelian makanan khas di Gresik?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian makanan khas di Gresik
2. Menganalisis pengaruh *Word Of Mouth* terhadap keputusan pembelian makanan khas di Gresik
3. Menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian makanan khas di Gresik

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. **Manfaat Teoritis**
Penelitian ini memberikan manfaat dan pengetahuan kepada pihak-pihak yang memiliki kepentingan dan digunakan untuk memberikan pedoman agar memperkaya wawasan tentang pemilihan produk nasi krawu khas Gresik.
2. **Manfaat Praktis**
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan. Guna mengetahui hal apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian produk makanan khas Gresik yaitu nasi krawu.