

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK FROZEN FOOD LELE
BUMBU HOME MADE DI KABUPATEN SRAGEN**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata 1
pada Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan**

Oleh:

YACINDA FARIDAIYANA PUTRI

A 210 180 058

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK FROZEN FOOD
LELE BUMBU HOME MADE DI KABUPATEN SRAGEN**

PUBLIKASI ILMIAH

oleh:

YACINDA FARIDAI SYANA PUTRI

A 210 180 058

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh

Dosen

Pembimbing



Dr. Sabar Narimo, M.M., M.Pd

NIDN : 0613036301

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK FROZEN FOOD
LELE BUMBU HOME MADE DI KABUPATEN SRAGEN**

OLEH:

YACINDA FARIDAI SYANA PUTRI

A210180058

**Telah dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Surakarta
pada Hari Selasa, 05 Juli 2022
dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

Dewan Penguji:

1. Dr. Sabar Narimo, M.M., M.Pd
(Ketua Dewan Penguji)
2. Dr. Suranto, S.Pd., M.Pd
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Muhammad Fahmi Johan Syah, S.Pd., M.Pd
(Anggota II Dewan Penguji)



Dekan



Prof. Dr. Sutarna, M.Pd

NIDN. 0007016002

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepengetahuan saya juga terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidak benaran dalam pernyataan saya diatas, maka akan saya pertanggung jawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 01 Juli 2022
Penulis



YACINDA F.P

A210180058

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK FROZEN FOOD LELE BUMBU HOME MADE DI KABUPATEN SRAGEN

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan faktor yang menjadi keputusan konsumen dalam membeli produk Frozen Food lele bumbu home made di kabupaten Sragen. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan desain penelitian studi kasus. Kegiatan penelitian ini berlokasi di rumah produksi Frozen Food lele bumbu Home Made di Kabupaten Sragen. Data yang diperoleh dari hasil dokumentasi dan wawancara bersama dengan pemilik usaha dan beberapa konsumen sebagai narasumber. Keabsahan data menggunakan analisis triangulasi sumber dan Teknik, kemudian data yang sudah dikumpulkan dianalisis dengan reduksi data, penyajian data, dan pengambilan keputusan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan konsumen dalam membeli produk Frozen Food lele bumbu Home Made di kabupaten Sragen adalah dari segi kualitas produk dan promosi. Dari hasil yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan Penjualan maka pengusaha harus memperhatikan kualitas produk dengan baik serta membuat promosi semenarik mungkin.

Kata Kunci:konsumen, frozen food, pengaruh

Abstract

This study aims to describe the factors that become consumer decisions in buying frozen food products for home made catfish in Sragen district. This research uses qualitative research with case study research design. This research activity is located in a home made catfish frozen food production house in Sragen Regency. Data obtained from the results of documentation and interviews with business owners and several consumers as resource persons. The validity of the data used triangulation analysis of sources and techniques, then the data that had been collected was analyzed by data reduction, data presentation, and decision making. The results of this study indicate that the consumer's decision to buy frozen food products from home made catfish bumbu in Sragen Regency is in terms of product quality and promotion. From the results obtained, it can be concluded that to increase sales, entrepreneurs must pay attention to product quality and make promotions as attractive as possible.

Keywords: consumers, frozen food, influence

1. PENDAHULUAN

Dampak dari perkembangan era globalisasi saat ini salah satunya adalah gaya hidup masyarakat, termasuk gaya hidup masyarakat Indonesia dalam struktur pasar konsumen. Seiring bergantinya zaman kegiatan manusia semakin berkembang dan masyarakat mulai beradaptasi dan mengikuti pola hidup negara maju yang dimana masyarakat lebih menyukai sesuatu yang bersifat mudah, ringkas dan instan.

Menurut Wardhani, konsumtif mempunyai arti boros, perilaku boros yang mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan (2009). Sebayang, Yusuf, dan Priyatama menjelaskan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu tindakan yang individu lakukan yaitu membeli atau mengonsumsi barang atau jasa yang dimana hal tersebut bukanlah prioritas kebutuhannya secara berlebihan dan tanpa pertimbangan yang rasional, dan dilakukan hanya untuk kepuasan fisik dan memuaskan hasrat kesenangan semata (2011). Berdasarkan pengertian di atas, dapat dijelaskan bahwa perilaku konsumtif merupakan tindakan seseorang dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa dengan tujuan untuk memuaskan hasrat keinginan dan bukan berdasarkan pada prioritas kebutuhan.

Kewirausahaan merupakan suatu proses untuk menghasilkan nilai tambah suatu produk sehingga produk tersebut bermanfaat bagi masyarakat dan mendatangkan kemakmuran bagi wirausahawan (Asmawan 2017). Menurut Frinces (2010) kewirausahaan menjadi penting karena wirausaha berperan besar dalam mengatasi berbagai permasalahan pembangunan ekonomi nasional . Hingga beberapa tahun belakangan ini dunia produksi *Frozen Food* semakin diminati masyarakat Indonesia karena beberapa faktor. Salah satunya akibat dari dampak pandemic covid-19 ini, minat masyarakat pada makanan cepat saji (*Frozen Food*) semakin meningkat mengingat ruang gerak masyarakat selama pandemic ini sangat terbatas, banyak masyarakat yang beralih dari makan di *Restaurant, Caffe* menjadi ke makanan beku (*Frozen Food*) yang mudah disajikan di rumah.

Selain mudah disajikan *Frozen Food* juga banyak diminati masyarakat karena harga terjangkau, produk higienis, serta praktis. Pola konsumsi masyarakat juga dapat mempengaruhi perubahan gaya masyarakat. Gaya masyarakat yang semakin lama semakin cenderung memilih hal-hal yang praktis termasuk dalam memilih makanan yang dapat diolah secara praktis dan terjangkau, hal ini yang menyebabkan permintaan terhadap olahan produk *Frozen Food* semakin meningkat setiap tahunnya. Salah satu produk *Frozen Food* yang ada dipasaran adalah lele bumbu. Produk *Frozen Food* sendiri memiliki karakteristik yang cukup tahan lama sehingga produk jenis ini dapat diminati banyak orang.

Dalam melakukan pembelian produk makanan konsumen memperhatikan berbagai macam faktor untuk mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih suatu produk.

Perilaku konsumen merupakan sebuah fenomena yang unik untuk di pelajari dan diamati, terlebih pada produk makanan beku yang memiliki karakteristik yang berbeda dalam setiap produk makanan siap saji. Berbagai teori mengenai perilaku konsumen yang sangat berpengaruh dalam kegiatan ekonomi adalah keputusan konsumen dalam pembelian, karena tujuan dari sebuah kegiatan ekonomi adalah pembelian atas produk tersebut. Namun sebelum konsumen melakukan keputusan pembelian mereka akan dipengaruhi beberapa faktor yang mempengaruhi produk tersebut.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam pembelian menurut Atmaja & Adiwinata (2012) adalah kualitas produk, merk dan harga. Dalam keputusan pembelian ini biasanya konsumen akan sangat teliti dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu barang ataupun jasa. Faktor tersebut sangat berpengaruh dalam industri produk makanan terutama dalam keputusan konsumen untuk mengambil keputusan. Produk makanan yang enak dengan harga yang sesuai (terjangkau) akan mendatangkan banyak peminat.

2. METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan desain studi kasus. Menurut Sugiyono (2017) penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti suatu kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti berperan sebagai instrument kunci, dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan triangulasi atau gabungan, analisis datanya bersifat kualitatif atau induktif, dan hasil dari penelitian ini lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara dokumentasi dan wawancara. wawancara dilakukan dalam proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka dengan menggunakan alat yang dinamakan panduan wawancara (Sugiyono, 2013 : 100). Dokumentasi yang dilaksanakan dilokasi penelitian yaitu di rumah produksi *Frozen Food* lele bumbu home made di Kabupaten Sragen. Serta wawancara dilakukan bersama pemilik usaha dan beberapa konsumen sebagai narasumber. Dengan teknik analisis data yaitu reduksi data, penyajian data, dan pengambilan keputusan. Untuk keabsahan data yang dilakukan peneliti menggunakan analisis triangulasi sumber dan teknik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan wawancara dengan pemilik usaha dapat disimpulkan bahwa produsen juga memiliki upaya tersendiri untuk meningkatkan kualitas produk yang dijual dan strategi pemasaran untuk memperluas mangsa pasar penjualan. Dari hasil wawancara yang di dapat peneliti simpulkan bahwa dengan menjaga kehygienisan produk dan meningkatkan kualitas produk tentu sangat penting untuk meningkatkan penjualan, serta strategi pemasaran juga berpesan penting dalam memperluas mangsa pasar. Selain mencari tahu mengenai strategi pemilik usaha untuk meningkatkan usahanya, peneliti juga mencari tahu mengenai faktor apa saja yang menjadi pengaruh konsumen dalam membuat keputusan untuk membeli produk yang dimana ini menjadi fokus utama penelitian.

Dari hasil wawancara, penulis menemukan bahwa mayoritas konsumen mengkonsumsi produk tersebut melihat atau merasakan dari segi kualitas produk yang mempengaruhi keputusan konsumen ketika membeli produk tersebut. Hal ini dikarenakan menurut pendapat konsumen diatas, rasa dan kualitas produk yang diberikan oleh makanan merupakan sesuatu yang dapat dinikmati konsumen dan menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli makanan. Jadi dapat disimpulkan bahwa segi kualitas produk dapat berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli suatu produk terlebih khususnya pada produk makanan olahan. Sehingga dalam hal ini produsen juga berperan penting dalam menyiapkan apa yang akan menjadi pengaruh dalam konsumen mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut. Produsen harus memperhatikan kualitas produk yang mereka jual agar penjualan produk mereka dapat meningkat mengingat salah satu faktor yang menjadi pengaruh dalam pengambilan keputusan konsumen adalah dari segi kualitas produk. Dengan demikian diharapkan dapat membantu meningkatkan penjualan produk serta meningkatkan tingkat kepuasan konsumen akan produk yang ditawarkan.

Dari segi promosi yang menarik perhatian para konsumen inilah yang menjadi pertimbangan para konsumen untuk membeli suatu produk. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin menarik promosi/iklan yang digunakan maka akan semakin banyak konsumen yang tertarik akan produk yang di promosikan. Selain itu promosijuga dapat

menciptakan perbedaan produk dengan brand lain, baik itu produk lama maupun baru. Dari promosi juga bisa di selipkan harga serta kualitas produk yang dipromosikan. Hal ini akan membuat orang melirik barang/produk yang di promosikan. Sehingga para konsumen dapat membandingkan dari segi harga dan kualitas produk yang dimiliki dengan brand saingan.

Beberapa konsumen berpendapat bahwa selagi kualitas produk yang ditawarkan oleh suatu produk itu bagus maka faktor harga tidak begitu mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk, hal ini dikarena sekarang banyak konsumen yang lebih memilih mengutamakan kualitas produk daripada memikirkan harga selama harga yang di bandrol oleh produk tersebut masih dalam nalar.

Hasil dari wawancara dengan beberapa konsumen adalah mayoritas dari mereka memang melihat atau mengutamakan dari segi kualitas produk yang diberikan. Tidak memungkiri memang banyak konsumen bahkan hampir semua konsumen mementingkan kualitas produk daripada harga produk, jaman sekarang banyak konsumen yang berani merogoh kocek lebih dalam demi mendapatkan kualitas produk yang bagus, apalagi ditambah dengan cita rasa yang enak konsumen merasa sangat puas dengan produk yang dibelinya. Dengan kata lain selagi kualitas produk dan cita rasa produk sesuai dengan harapan konsumen maka dari kedua faktor tersebut dapat menjadi tolak ukur kepuasan konsumen.

Faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk *Frozen Food* lele bumbu home made di Kabupaten Sragen. Dari ungkapan beberapa konsumen dapat dilihat bahwa faktor yang paling mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk makanan beku ikan lele bumbu home ini untuk pemula atau konsumen baru mayoritas karena melihat dari promosinya yang menarik dan mengundang rasa penasaran pada orang yang melihatnya. Selain itu juga setelah beberapa konsumen sudah merasakan produk tersebut konsumen memutuskan untuk membeli lagi dan lagi karena rasa dan kualitas produk yang bagus, serta keefektifan cara penyajian dari produk ini. Banyak konsumen yang membeli lagi produk ini karena merasa tidak di kecewakan, dari promosinya, kualitas produk hingga rasa produk yang sama dengan yang tercantum dalam promosi.

Dapat di simpulkan bahwa untuk konsumen baru atau konsumen yang memang belum pernah mencoba produk ini atau bahkan baru pertama kali melihat promosinya mereka membuat keputusan untuk membeli produk ini hanya karena melihat dari segi kemenarikan promosi yang dilakukan oleh produsen. Memang dalam dunia bisnis promosi atau iklan akan sangat membantu produsen dalam memasarkan produknya terlebih lagi mereka yang memiliki kreatifitas dalam hal mempromosikan produknya.

Namun untuk konsumen yang sudah pernah membeli produk tersebut, mereka akan kembali membeli produk tersebut bukan karena merasa tertarik karena melihat promosinya atau hanya sekedar penasaran dengan produknya, melainkan karena mereka sudah mengetahui kualitas yang di berikan produsen lewat produknya sangat bagus dan banyak di sukai orang.

3.1 Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Frozen Food Lele Bumbu Home Made

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa mayoritas dari konsumen lebih mementingkan kualitas produk daripada harga dan faktor yang menjadi pengaruh dalam pengambilan keputusan para konsumen adalah dilihat dari promosi suatu produk tersendiri. Banyak konsumen mengambil keputusan untuk membeli/tidak suatu produk karena melihat dari menarik/tidaknya sebuah promosi produk tersebut. Sama hal nya dengan promosi, dari segi kualitas produk juga memiliki pengaruh besar dalam konsumen mengambil keputusan untuk membeli kembali produk tersebut atau tidak, hal ini disebabkan karena banyak konsumen yang kepuasannya tergantung dengan kualitas produk yang diberikan. Beberapa narasumber juga mengatakan bahwa pada zaman sekarang ini harga bukanlah masalah besar bagi konsumen selama kualitas produk yang diberikan bagus. Namun Kembali dilihat dari segi kualitas produk yang di dapat, jika dengan harga yang di bandrol dirasa tidak sepadan dengan kualitas produk yang diperoleh maka konsumen juga akan berfikir dua kali untuk membeli produk tersebut.

Penelitian ini memiliki hubungan dengan penelitian yang dilakukan oleh Isa M *Et All* (2018) dalam Jurnal Managemen Daya Saing, Vol. 20, No. 1 dengan judul Analisis keputusan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Makanan dan Minuman di Warung HIK. Penelitian ini menggunakan data premier yang diambil menggunakan wawancara

terstruktur dengan bantuan kuesioner. Hasil dari penelitian ini adalah kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembeli. Persamaan penelitian ini adalah bertujuan untuk menganalisis kualitas produk, promosi dan harga terhadap keputusan konsumen dalam membeli suatu produk. Dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti beberapa konsumen mengatakan bahwa harga bukan lagi menjadi patokan untuk mereka mengambil keputusan dalam membeli suatu produk, karena bagi mereka lebih mementingkan kualitas produk dan cita rasa. Dengan adanya hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini juga dapat menguatkan penelitian yang dilakukan oleh Isa M diatas, mengenai kualitas produk dan promosi yang berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen.

3.2 Faktor yang Paling Dominan Terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Produk Frozen Food Lele Bumbu Home Made

Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara dengan beberapa konsumen, hal yang dapat disimpulkan oleh peneliti adalah faktor yang paling dominan terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk *Frozen Food* lele bumbu home made adalah dari segi kualitas produk. Semua narasumber / konsumen yang diwawancara berkata bahwa selain melihat menarik atau tidaknya promosi suatu produk, mereka juga mempertimbangkan dari segi kualitas produk untuk memutuskan akan membeli kembali produk tersebut atau tidak. Dari segi kualitas produk memang menjadi hal yang paling penting bagi pembeli, karena bagi mereka untuk bisa menikmati produk yang dibeli akan sangat tergantung dengan kualitas produknya terutama produk makanan. Bahkan tingkat kepuasan konsumen/pelanggan juga akan dipengaruhi oleh kualitas produk yang diberikan. Dengan kata lain masih ada beberapa faktor yang hampir dominan dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk. Namun hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti Bersama beberapa narasumber menunjukkan hasil bahwa mayoritas dari mereka mengungkapkan bahwa segi kualitas produk yang menjadi dominan terhadap keputusan konsumen dalam membeli suatu produk.

Penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahardjo, C. R (2016) Jurnal *Managemen Start-Up* Bisnis 1 (1), 32-43 dengan judul Faktor Yang Menjadi Preferensi Konsumen Dalam Membeli Produk *Frozen Food*. Persamaan dari penelitian ini

adalah penelitian mengenai faktor yang menjadi preferensi konsumen dalam membeli produk *Frozen Food*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang paling penting dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli produk *Frozen Food* adalah kualitas produk, rasa, harga, kemasan. Sedikit berbeda dengan hasil yang dilakukan oleh peneliti, dimana dari segi harga tidak begitu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk, beberapa narasumber yang diwawancarai oleh peneliti mengatakan demikian. Namun ada hasil yang menunjukkan bahwa penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahardjo ini memiliki kesamaan, yang dimana keduanya sama-sama menunjukkan bahwa beberapa konsumen mengatakan dari segi kualitas produk akan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan konsumen,

4. PENUTUP

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka peneliti memperoleh kesimpulan sebagai berikut : Faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk *Frozen Food* lele bumbu home made yaitu ada 2 faktor yaitu faktor promosi dan kualitas produk. Dalam mengambil keputusan untuk membeli produk *Frozen Food* lele bumbu yang pertama membuat konsumen memutuskan untuk membeli produk tersebut karena melihat dari segi promosi yang menurut mereka menarik dan membuat mereka penasaran sehingga mereka memutuskan untuk membeli produk tersebut, yang kedua konsumen melihat dan merasakan dari segi kualitas produk yang dimana dari kualitas produk yang diberikan ini dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk itu lagi atau tidak. Dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan untuk faktor yang dominan dalam pengambilan keputusan konsumen dalam membeli produk *Frozen Food* lele bumbu home made terletak pada segi kualitas produk, yang dimana kualitas produk inilah yang menjadi pertimbangan utama para konsumen untuk membeli lagi produk tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmawan, M. C. (2017). Dampak Mata Kuliah Praktek Kewirausahaan Terhadap Motivasi mahasiswa Pendidikan Akuntansi Untuk Berwirausaha : Seminar Nasional Pendidikan
- Atmaja., & Adiwinata (2012). Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Dikopitiam Oey Surabaya.

- Sari, D. E. (2018). Pendidikan Literasi keuangan Melalui Program Kemitraan Dengan Bank Untuk Mengurangi Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa : Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial, Vol. 28, No. 1
- Princes, Z. H. (April 2010). Pentingnya Profesi Wirausaha Di Indonesia : Jurnal Ekonomi & Pendidikan, Vol. 7, No.1
- Isa M et al.(2018). Analisis Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Makanan dan Minuman di Warung HIK : Jurnal Manajemen Daya Saing, Vol. 20, No. 1
- Narimo, S., & Wiweko A. (2017). Nilai-Nilai Pendidikan Karakter Dalam Tata Rias Wajah Punakawan Wayang Orang Sriwedari Surakarta : Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial. Vol, 27. No, 1
- Rahardjo, C. R. (2016). 4. Faktor Yang Menjadi Preferensi Konsumen Dalam Membeli Produk Frozen Food, Jurnal Manajemen Start- Up Bisnis 1(1), 32-43.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta
- Ulfatun Titik., Pratiwi, A. R., & Astiti, L. R. (2015). Pengaruh Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas. Ekonomi UNY Tahun Angkatan 2011 dan 2012 : Pelita, Volume X, Nomor1