

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah membawa perubahan besar dalam dunia pemasaran. Media sosial menjadi salah satu sarana utama dalam strategi promosi bisnis, khususnya dalam menjangkau konsumen secara luas dan efektif. Salah satu platform yang banyak digunakan adalah Instagram, yang menawarkan berbagai fitur seperti feed, story, reels, dan iklan berbayar untuk menarik perhatian konsumen.

Dalam dunia bisnis kuliner, penggunaan Instagram sangat penting untuk membangun *brand awareness* dan meningkatkan minat beli konsumen. Ayam Express Balangan sebagai salah satu usaha kuliner lokal juga memanfaatkan Instagram sebagai media promosi digital. Namun, efektivitas strategi promosi yang dilakukan masih perlu dianalisis untuk mengetahui sejauh mana pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen.

Keputusan pembelian merupakan tahap penting dalam perilaku konsumen, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti promosi, harga, kualitas produk, dan kepercayaan terhadap merek. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui bagaimana strategi promosi digital melalui Instagram dapat meningkatkan keputusan pembelian pada Ayam Express Balangan.

Setidaknya terdapat 7 struktur yang ada pada setiap keputusan pembelian komponen –komponen tersebut antara lain :

1. Keputusan tentang jenis produk
2. Keputusan tentang Bentuk Produk
3. Keputusan tentang merek
4. Keputusan tentang Penjualanya
5. Keputusan Tentang Waktu pembelian
6. Keputusan Tentang Cara Pembayaran

Apabila keseluruhan Struktur tersebut sudah disiapkan oleh penjual maka konsumen akan dengan mudah melakukan pembelian.

Saat melakukan Pembelian hingga pada sikap akhir setelah pembelian, seorang konsumen melewati setidaknya lima tahapan. Kelima proses ini dalam pelaksanaannya tidak harus berurutan. Proses tersebut diantaranya adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif, keputusan membeli, dan perilaku setelah membeli. Masalah yang dimaksud pada tahap pertama adalah masalah yang berasal dari dalam diri konsumen berupa kebutuhan. Setelah timbul masalah berupa kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen tergerak untuk mencari informasi mengenai objek yang dapat digunakan untuk memenuhi keinginannya. Dari informasi yang telah didapatkan konsumen digunakan untuk memperoleh gambaran-gambaran alternatif objek yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan beserta kekurangan dan kelebihan. Setelah beberapa alternatif didapatkan maka konsumen dapat melakukan pengambilan keputusan untuk membeli objek yang digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. (Mahmudah, 2021)

Ayam Campus Express Balangan merupakan salah satu Restoran *Franchise* dari Kota Surakarta, Jawa Tengah. Ayam Campus Express Balangan berdiri pada tanggal 06 Februari 2023 di Kabupaten Balangan. Tepatnya beralamat di Jl. Ahmad Yani Km 1,5 Kelurahan Batu Piring, Kecamatan Paringin Selatan, Kabupaten Balangan. Ayam Campus Express Balangan didirikan oleh ibu Dwica Merdekawati, SE., M.Acc dengan menandatangani MoU dengan pihak pemilik nama Ayam Campus Express yaitu Bapak Arif Budianto, SE. Ayam Campus Express Balangan berdiri di sebuah toko milik pribadi ibu Dwica Merdekawati, SE., M.Acc.

Resto Ayam Campus Express Cabang Kabupaten Balangan merupakan sebuah bisnis yang bergerak dalam bidang Resto Cafe yang menyediakan aneka makanan dan minuman kekinian serta melakukan berbagai kegiatan promosi untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat dan menarik minat konsumen.(Hasanah & Irfan, 2023)

Sesuai namanya, mereka membidik Mahasiswa sebagai pelanggan utama, lokasi strategi Ayam Campus Express ini membuka gerai di area “sibuk Kampus” yang ada di tengah perkotaan atau di lingkungan kos – kosan yang padat mahasiswa. Harganya juga sangat ramah di kantong menyesuaikan harga dengan uang saku mahasiswa (umumnya disekisaran Rp.15.000 – Rp.25.000 per paket). *Rebranding* Citranya secara kreatif mengubah konotasi negatif istilah “ayam campus” menjadi sebuah *brand* kuliner yang modern dan *fun*.

Ayam Campus Exspress tidak hanya menjual ayam goreng biasa, mereka melakukan inovasi seperti variasi saus dan sambal, Menawarkan

menu ikonik seperti *Hot Fire* (ayam dengan saus pedas manis), saus BBQ, saus Keju, hingga sambal tradisional seperti sambal matah dan sambal bawang. Produk sampingan yang sangat populer juga seperti *Crispy Skin* (kulit ayam goreng) yang sering kali menjadi produk paling laris dan sering habis. Ayam Campus Exspress juga menyediakan paket lengkap (Nasi + ayam + Telur/skin + Es The) untuk meningkatkan nilai rata – rata pesanan.

Dari Hal tersebut Ayam Campus Express Balangan juga tidak lepas dari berbagai permasalahan yang dihadapi terkait promosi dan keputusan pembelian diantaranya sebagai berikut :

1. Kurangnya tenaga karyawan dalam mengatasi kebutuhan pelanggan khususnya pada media sosial Instagram yang menyebabkan kurang dapat terlayani dengan optimal. (observasi penulis,2026)
2. *Content Creator* (Pembuatan konten) yang kurang update mengenai jenis produk yang dijual. (observasi Penulis,2026)

Berdasarkan latar belakang,penelitian ini berusaha menganalisis Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.Sehingga peneliti bermaksud melakukan Penelitian dengan Judul"**Pengaruh Strategi Promosi Digital melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian pada Ayam Express Balangan**".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang Masalah di atas,maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah Srategi Promosi Berpengaruh pada Keputusan Pembelian Ayam Express Balangan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk Mengetahui Pengaruh Strategi Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pada Ayam Express Balangan !

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang pemasaran digital khususnya melalui media sosial.

1.4.2 Manfaat Praktis

Sebagai bahan evaluasi strategi promosi.

