

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis di era globalisasi semakin ketat, seiring dengan meningkatnya persaingan antar bisnis, konsumen pun semakin cermat dalam memilih suatu produk. Mulainya bermunculan usaha yang menawarkan barang dan jasa dengan berbagai kelebihan dan keunikan dari masing-masing produk dan jasa tersebut. Akibatnya membuat konsumen mempunyai banyak pilihan dalam penggunaan produk dan jasa yang ditawarkan oleh produsen. Bagi produsen, ini merupakan suatu ancaman karena ketika semakin banyaknya produk barang dan jasa yang ditawarkan pada konsumen maka semakin ketat pula persaingan yang terjadi dalam dunia bisnis.

Usaha di Kota Padang mengalami perkembangan yang meningkat dapat dilihat disepanjang jalan Kota Padang terdapat banyak usaha diberbagai bidang yang menyediakan barang maupun jasa. Dari data Badan Pusat Statistik Kota Padang dapat dilihat jumlah usaha di Kota Padang pada 4 tahun terakhir dari 2018-2021 dapat dilihat Tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1
Data Jumlah Skala Usaha di Kota Padang

Perusahaan Perdagangan	Jumlah Perusahaan Perdagangan Menurut Skala Usaha (dalam unit)			
	2018	2019	2020	2021
Besar	2.433	2.447	244,7	2.447
Menengah	13.293	13.480	13.485	13.486
Kecil	32.277	33.101	33.132	33.133
Mikro	1.683	1.844	1.850	1.907
Jumlah	4.9686	50.872	50.914	50.974

(Sumber Badan Statistik Kota Padang)

Dilihat dari Tabel 1.1 jumlah UMKM di Kota Padang dari tahun 2018-2021 mengalami peningkatan dan penurunan pada setiap tahunnya. Dimana usaha di Kota Padang yang memiliki jumlah terendah terdapat pada usaha mikro dengan jumlah 1.683 pada tahun 2018 dan jumlah usaha tertinggi di Kota Padang terdapat pada usaha kecil dengan jumlah 33.133 pada tahun 2021.

Penurunan jumlah usaha di Kota Padang disebabkan oleh berbagai hal terutama persaingan antar usaha yang semakin ketat serta kurangnya pemahaman mengenai strategi dalam berbisnis. Pada setiap tahun jumlah usaha akan semakin bertambah dikarenakan kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat serta

perkembangan teknologi yang semakin luas juga mendorong banyak orang untuk membangun usaha bisnis untuk dapat memenuhi kebutuhan serta kemudahan dalam memasarkan produk.

Dari fenomena di atas Cafe Rumah Diskusi Alco mengalami dampak yaitu penurunan pendapatan penjualan sehingga pemilik cafe harus menyusun strategi yang kuat untuk bertahan di perkembangan bisnis usaha saat ini dapat dilihat dari Tabel 1.2 jumlah pendapatan Cafe Rumah Diskusi Alco Kota Padang.

Tabel 1.2
Data Penjualan
Cafe Rumah Diskusi Alco Kota Padang

Tahun	Penjualan
2018	Rp350.000.0000
2019	Rp250.000.000
2020	Rp.260.000.000
2021	Rp220.000.000
Total	Rp 1.080.000.000

(Sumber Cafe Rumah Diskusi Alco)

Berdasarkan table 1.1 diatas menunjukkan bahwanya Cafe Rumah Diskusi Alco mengalami kenaikan dan penurunan. Penurunan pada Cafe Rumah Diskusi diakibatkan masih banyak yang belum mengetahui mengenai cafe tersebut serta banyaknya pesaing di sekitaran sehingga jumlah kunjungan menurun. Dampak lain juga di rasakan karena Cafe Rumah Diskusi Alco yaitu berdampak covid 19 yang mengakibatkan banyak cafe di tutup termasuk Cafe Rumah Diskusi Alco. Penjualan pada Cafe Rumah Diskusi Alco mulai mengalami kenaikan pada setiap tahunnya.

Setelah pandemi selesai Cafe Rumah Diskusi Alco mulai mengalami peningkatan dalam penjualan. Peningkatan dikarenakan Cafe Rumah Diskusi Alco mulai dikenal serta mulai banyak pelanggan yang berdatangan. Cafe Rumah Diskusi Alco juga mulai bergabung pada aplikasi pengantar makanan di antaranya gofood.

Terjadinya persaingan bisnis serta persamaan produk membuat pengusaha mencari strategi yang tepat untuk memasarkan produknya. Hal tersebut mendorong pembisnis untuk membangun strategi agar dapat bersaing dengan bisnis lainnya. Dalam proses pemasaran produsen harus teliti dalam melihat peluang dan ancaman sehingga produsen harus merumuskan strategi yang mampu memberikan nilai kepada konsumen. Konsumen akan menilai beberapa pilihan alternatif untuk menentukan keputusan pembeliannya. Alternatif tersebut berisikan kelemahan dan kekurangan masing-masing alteratif tersebut.

Dalam keputusan pembelian setiap konsumen tidak hanya berhenti sampai di proses konsumsi, namun konsumen tersebut selanjutnya akan melakukan evaluasi terhadap pembelian produknya dan proses evaluasi tersebut memberikan hasil atas rasa puas dan tidak terhadap produknya. Apabila konsumen puas, kepuasan tersebut akan mendorong untuk melakukan pembelian ulang terhadap suatu produk.

Dalam keputusan pembelian melibatkan persepsi terhadap kualitas, nilai dan harga. Dimana harga merupakan faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan kemudian akan menjadikan seseorang berubah konsumtif.

Dapat di lihat dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (**Nur, 2019**) dengan judul "Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan)" menyatakan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian lain yang dilakukan oleh (**Maulana et al., 2021**) "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembelian Laptop Asus di Jakarta Selatan)" yang menyatakan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pembeli umumnya menyamakan harga barang dengan mahal dengan kualitas bagus dan jika harga terlalu murah, pembeli akan mempertanyakan mutu dari produk itu sendiri.

Hal pertama yang biasanya dilihat saat seseorang berbelanja adalah harga kemudian diikuti oleh pertimbangan lainnya. Suatu perusahaan hendaknya menetapkan harga yang sebanding dengan dengan mutu dan nilai produk. Harga

yang teramat tinggi atau sebaliknya dapat menjadi faktor penentu bagi pembeli. Tingginya harga dapat membuat konsumen berpindah pada produk lain yang sejenis begitupun sebaliknya

Selain harga kualitas produk merupakan suatu yang penting dalam keputusan pembelian. Kualitas produk merupakan hal yang harus di perhatikan dalam bisnis karena tidak semua bisnis akan mampu bertahan ditengah persaingan, apabila bisnis atau usaha tersebut selalu melakukan evaluasi terhadap kualitas produk yang diproduksinya kemudian meningkatkan kualitas dari suatu produk tersebut. Jika kualitas dari suatu produk itu baik dan memenuhi dari kebutuhan atau harapan yang diinginkan oleh pembeli, maka pembelian tidak akan peduli dengan harga yang diberikan atau merasa tidak akan menyesal dengan pengorbanan yang sudah diberikan untuk membeli produk tersebut.

Memilih produk tentunya mementingkan kualitas produk dari berbagai hal, seperti spesifikasi produk, daya tahan dan lain-lain. Setelah melakukan pembelian konsumen akan merasakan kepuasan atau tidak terhadap produk yang telah dibeli. Kepuasan konsumen tercipta karena kinerja perusahaan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kebutuhan dan keinginan inilah yang bisa disebut harapan konsumen. Jika nilai produk kurang dari harapan konsumen, maka konsumen merasa kecewa. Jika nilai produk melebihi harapan konsumen, maka konsumen merasa sangat puas.

Berdasarkan hasil dan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh **(Prihartono, 2020)** dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (*Survey Pelanggan Produk Sprei Rise*)” menyatakan Harga

dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh (Tj Winoto, 2020) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian minuman boba yang dimediasi dengan strategi promosi” menyatakan harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh (Putra, 2020) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap loyalitas dengan Kepuasan sebagai variabel intervening (Studi Pelanggan Rolag Cafe Surabaya)” menyatakan Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat keputusan pembelian pada pelanggan belum maksimal dan terjadinya penurunan dan kenaikan yang disebabkan oleh faktor harga, kualitas produk, keputusan pembelian serta kepuasan konsumen yang belum optimal.

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah yang terjadi di atas peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variable Intervening pada Café Rumah Diskusi Alco Kota Padang**”.

1. 2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dalam kajian-kajian manajemen pemasaran banyak faktor yang mempengaruhi Harga dan Kualitas Produk yang di kemukakan ,maka diidentifikasi beberapa hal sebagai berikut:

1. Tingkat persaingan dibidang kuliner meningkat di Kota Padang.
2. Masih adanya Penempatan harga yang belum tepat di beberapa tempat usaha di Kota Padang.
3. Lokasi Cafe Rumah Diskusi Alco masih dirasa jauh dari pusat keramaian.
4. Promosi dan pemanfaatan media sosial yang keseluruhannya belum optimal pada Cafe Rumah Diskusi.
5. Pengembangan inovasi produk yang belum dilakukan secara optimal.
6. Komunikasi terhadap pelanggan yang dirasa masih kurang optimal.
7. Desain interior dan eksterior pada cafe yang masih belum mengikuti perkembangan trend saat ini.
8. Masih terjadinya keterbatasan akan ketersediaan bahan baku.
9. Fasilitas yang diberikan kepada pelanggan dinilai masih terbatas.
10. Pengembangan strategi pemasaran yang diterapkan masih belum optimal.

1.3 Batasan Masalah

Agar terfokus pada penelitian ini maka penulis akan membatasi masalah ini dengan harga (X1), dan kualitas produk (X2) sebagai variabel bebas, kemudian Keputusan Pembelian (Y) sebagai variabel terikat dan kepuasan pelanggan (Z) sebagai variabel intervening pada bisnis Cafe Rumah Diskusi Alco Kota Padang.

1.4 Rumusan Masalah.

Berdasarkan batasan masalah di atas maka masalah penelitian dapat di rumuskan sebagai berikut ini:

1. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Rumah Diskusi Alco Kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Rumah Diskusi Alco Kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap Keputusan Pembelian Cafe Rumah Diskusi Alco Kota Padang?
4. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Cafe Rumah Diskusi Alco Kota Padang?
5. Bagaimana pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Cafe Rumah Diskusi Alco Kota Padang?
6. Bagaimana pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan?
7. Bagaimana pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian?
8. Bagaimana pengaruh harga terhadap Keputusan pembelian dengan kepuasan sebagai variabel intervening?
9. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian melalui Kepuasan sebagai variabel intervening?

1.5 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian dilakukan dengan ketentuannya memiliki beberapa tujuan.

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Rumah Diskusi Alco Kota Padang.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Rumah Diskusi Alco Kota Padang.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pelanggan pada Cafe Rumah Diskusi Alco Kota Padang.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian pada Cafe Rumah Diskusi Alco Kota Padang.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian .
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Harga dan Kualitas produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Rumah Diskusi Alco Kota Padang.
7. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian Pelanggan pada Cafe Rumah Diskusi Alco Kota Padang.
8. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepuasan sebagai variabel intervening pada Cafe Rumah Diskusi Alco Kota Padang.
9. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan pelanggan sebagai sebagai variabel intervening pada Cafe Rumah Diskusi Alco Kota Padang.

1.5.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Cafe Rumah Diskusi Alco

Sebagai bahan pertimbangan untuk mengembangkan strategi pemasaran juga sebagai bahan pertimbangan bagi pemilik usaha Cafe Rumah Diskusi Alco dalam melakukan pengambilan keputusan untuk tercapainya tujuan dari perusahaan.

2. Bagi Akademis

Sebagai bahan informasi dan referensi yang berguna bagi pembaca serta memberikan gambaran bagi penelitian selanjutnya dalam bidang pemasaran.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Dapat digunakan sebagai referensi dan pedoman untuk melakukan penelitian lanjutan sebagai bahan bacaan yang bermanfaat selain itu juga sebagai bahan perbandingan bagi pihak yang mengadakan penelitian dalam bidang yang sama.