

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di masa sekarang, usaha bisnis di bidang rumah makan terus mengalami perkembangan yang cukup pesat. Perkembangan di bidang tersebut dipengaruhi oleh banyak faktor diantaranya demografi, gaya hidup, serta kebiasaan di suatu daerah atau nasional. Segala sesuatu yang mempengaruhi masyarakat terus mengalami perubahan, baik dalam bidang politik, ekonomi, sosial, budaya, maupun dalam mempengaruhi pola perilaku pesaing dalam menjalankan operasional bisnisnya. Faktor tersebut membuat persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Hal ini terbukti dengan berbagai macam bisnis rumah makan yang tersebar di Kota Padang.

Tabel 1.1
Jumlah Rumah Makan/Restoran Di Kota Padang (2019-2023)

Tahun	Jumlah rumah makan dan restoran di Kota Padang
2019	335
2020	328
2021	333
2022	335
2023	338

Sumber : Website Badan Pusat Statistik Kota Padang

Dari tabel 1.1 diatas dapat dilihat tingginya angka persaingan usaha bisnis rumah makan di Kota Padang seperti pada tahun 2019 usaha bisnis rumah makan berjumlah 335, pada tahun 2020 mengalami penurunan dikarenakan dampak dari *Covid-19* dan pada tahun 2021 hingga tahun 2023 mengalami kenaikan menjadi

338 rumah makan. Persaingan ini membuat para pelaku usaha bisnis harus cermat dalam mengambil keputusan untuk menjalankan bisnisnya. Untuk dapat memenangkan persaingan perusahaan membutuhkan strategi untuk memahami perilaku konsumen dengan selalu melakukan perbaikan secara terus-menerus terhadap setiap level operasi atau proses dalam produksi produk maupun dalam proses pemasaran produk serta memusatkan perhatiannya kepada konsumen (Putra et al., 2021). Banyaknya rumah makan dan restoran yang beredar mengakibatkan perlunya nilai pelanggan (*customer value*) sebagai preferensi perceptual dan evaluasi pelanggan terhadap atribut produk kinerja atribut, dan konsekuensi yang didapatkan dari pemakaian produk yang memfasilitasi pencapaian tujuan dan sasaran dalam situasi pemakaian dalam memperoleh keputusan pembelian (Putra et al., 2019)

Keputusan pembelian merupakan suatu dorongan yang dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan untuk mempengaruhi pelanggan dalam membeli suatu produk yang ditawarkan (Karisma & Hanifah, 2023). Dalam hal keputusan pembelian, banyak konsumen yang tertarik dan menyukai produk dengan memperhatikan strategi yang dilakukan oleh perusahaan. Secara umum keputusan pembelian menurut (Erwin et al., 2021 : 18-19) dipengaruhi oleh faktor budaya dan sosial, personal dan psikologis. Menurut (Jumadi, 2024) faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yakni citra merek dan kualitas bahan baku. Pendapat lain menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yakni kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen

(Dianamurti & Damayanti, 2023). Faktor-faktor tersebut dapat membuat konsumen mempertimbangkan sesuatu sebelum melakukan keputusan pembelian.

(Santi et al., 2023) mengatakan bahwa Bahan Baku merupakan bahan pokok penting yang dibeli dan digunakan dalam proses produksi hingga menjadi barang jadi yang akan dijual kepada konsumen, meliputi semua bahan yang digunakan untuk proses produksi. (Kusumah et al., 2024) mendefinisikan bahan baku sebagai bahan dasar yang belum diolah dan memiliki standar yang telah ditetapkan perusahaan sehingga bahan tersebut dapat digunakan dan diolah menjadi produk jadi yang sesuai dengan permintaan konsumen. Bahan baku menjadi bahan dasar penting yang digunakan sebagai komponen utama dalam proses produksi agar memperoleh hasil *output* barang akhir yang berkualitas dan bermutu tinggi.

Menurut (Pamelia & Sudarwanto, 2022) Kualitas Produk merupakan kemampuan suatu barang untuk memenuhi dan memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diharapkan pelanggan. Produk mempunyai makna sangat penting bagi sebuah perusahaan karena tanpa adanya suatu produk, perusahaan tidak akan dapat menjalankan dan mengembangkan bisnisnya (Indrasari, 2019 : 27). Kualitas produk yang terjamin akan membuat konsumen berminat untuk melakukan suatu pembelian produk. Perusahaan yang mampu menghasilkan suatu produk dengan kualitas yang baik akan membuat konsumen merasa diterima dan dihargai, sehingga secara tidak langsung mereka akan membuat suatu keputusan untuk melakukan pembelian ulang produk.

Namun, konsumen membeli produk tidak hanya melihat kualitas bahan baku dan produk, tetapi konsumen juga memutuskan membeli suatu produk berdasarkan alasan harga yang ditetapkan perusahaan. Harga menjadi salah satu faktor yang menentukan keputusan konsumen ketika akan melakukan pembelian suatu produk. Lebih lanjut lagi menurut (Keloay et al., 2019) harga merupakan suatu penentuan nilai dari produk. Semakin ekonomis harga yang ditawarkan, ditambah dengan kualitas produk yang memuaskan, maka konsumen akan semakin tertarik dan merasa puas sehingga konsumen ingin mengunjungi kembali tempat tersebut. Penetapan harga yang tepat dan dapat diterima oleh konsumen akan meningkatkan penjualan lebih dari sebelumnya (Eriswanto & Kartini, 2019).

Perusahaan harus benar-benar dapat menghasilkan produk bermutu atau berkualitas, sebab jika dilihat dari tingkat persaingan yang semakin ketat dikalangan perusahaan yang menghasilkan produk yang bermutu atau berkualitas baik saja yang akan bertahan dan dapat memenangkan persaingan bersama dengan produk-produk yang sudah lebih dulu berinovasi. Menurut (Arfah, 2022) pelanggan dalam mengambil keputusan pembelian suatu produk yang ditawarkan banyak dipengaruhi oleh kesannya terhadap faktor yang meliputi kualitas bahan baku, kualitas produk dan harga yang sesuai dengan standar yang telah ditetapkan perusahaan selama ini. Kualitas bahan baku yang tinggi dan terjamin dapat menghasilkan produk yang berkualitas dan mampu memenuhi standar yang baik, sehingga mencapai hasil yang memuaskan dan sesuai dengan rencana dan harapan yang telah ditetapkan oleh perusahaan dan bisa sebagai keunggulan bersaing.

Menurut (Syahrudin & Huda, 2023) mendefinisikan keunggulan bersaing sebagai persaingan antar kompetitor yang dicapai dengan menawarkan nilai bagi konsumen, melalui persaingan harga yang lebih rendah atau menawarkan kegunaan untuk membebaskan harga yang lebih tinggi. Dengan kualitas bahan baku dan produk yang terjamin serta harga yang sesuai maka perusahaan dapat unggul dalam persaingan. Perusahaan yang dapat memanfaatkan keunggulan bersaing dengan baik akan mendapat keuntungan yang lebih besar daripada para pesaing di bidang sejenis. Kontribusi penting keunggulan bersaing berkelanjutan yang dibuktikan mampu terus melakukan perbaikan secara terus-menerus untuk menguasai pangsa pasar.

Dalam penelitian (Zuliah, 2020) Pengaruh Kualitas Bahan Baku Terhadap Keputusan Pembelian. Hasil menunjukkan Kualitas Bahan Baku memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Di dalam penelitian (Jumadi, 2024) Pengaruh Kualitas Bahan Baku Terhadap Keputusan Pembelian juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Penelitian (Apriyanti et al., 2022) Pengaruh Kualitas Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Loyalitas Pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Pada penelitian (Pamelia & Sudarwanto, 2022) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian menunjukkan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Pada penelitian (RezfaJri & Prima Kurnia, 2021) Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap

Keputusan Pembelian Konsumen. Hasil penelitian menunjukkan Produk berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan Konsumen.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Sugianto & Ginting, 2020) Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian didapat hasil bahwa Harga dan Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh (Dabija et al., 2024) *Enhancing Romanian Consumers' Purchase Intention of A New Kashkaval Cheese With Natural Thyme Flavor* menunjukkan hasil bahwa Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Pada penelitian (Gunarsih et al., 2021) yang berjudul Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. Hasil penelitian ditemukan bahwa Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Perusahaan dituntut untuk menciptakan produk dengan kualitas yang baik dengan memperhatikan bahan baku serta menerapkan strategi harga agar mampu unggul dalam bersaing dibanding perusahaan lainnya. Dari fenomena persaingan ketat antar usaha di bidang rumah makanan ini, banyak dimanfaatkan oleh para pelaku usaha rumah makan untuk mendapatkan keuntungan. Usaha bisnis rumah makan ini harus terus melakukan perbaikan secara terus menerus agar dapat bersaing dan terus berkembang. Salah satu perusahaan yang selalu melakukan inovasi dan perbaikan adalah Rumah Makan Silungkang.

Rumah Makan Silungkang merupakan salah satu bisnis rumah makan yang bergerak dibidang kuliner yang beralamat di Jalan Andam Dewi, Simpang Haru, Sawahan, Kec. Padang Tim., Kota Padang, Sumatera Barat 25171. Dalam

menghadapi persaingan di dunia industri makanan, Rumah Makan Silungkang juga terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas bahan baku, kualitas produk dan harga agar mempunyai keunggulan bersaing dengan bisnis rumah makan pesaing di industri yang sama. Dengan mutu yang bagus dan sesuai standar maka kepuasan konsumen dalam keputusan pembelian akan memiliki nilai lebih. Semua produk Rumah Makan Silungkang berada dalam pengawasan mutu yang terorganisir dengan baik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengamati perilaku konsumen Rumah Makan Silungkang terutama dalam hal pengambilan keputusan pembelian. Dimana konsumen sebelum membeli produk, konsumen biasanya terlebih dahulu akan mencari tahu kualitas bahan baku serta memperhatikan kualitas produk dan mempertimbangkan harga, hingga akhirnya mereka memutuskan pembelian. Mengingat semakin pesatnya perkembangan bisnis rumah makan khususnya yang berada di Kota Padang, menyebabkan timbulnya persaingan ketat antar usaha bisnis rumah makan demi unggul dalam persaingan. Melihat fenomena tersebut maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Bahan Baku, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening Pada Rumah Makan Silungkang”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada diatas, maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Fenomena semakin ketatnya persaingan antar usaha industri yang sejenis.

2. Faktor yang menyebabkan terjadinya persaingan ketat.
3. Adanya persaingan usaha rumah makan yang berada di sekitar lokasi.
4. Beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.
5. Strategi yang digunakan perusahaan dalam menarik keputusan pembelian konsumen.
6. Tidak sedikitnya konsumen yang melakukan pembelian produk dengan mempertimbangkan kualitas bahan baku yang digunakan.
7. Banyaknya konsumen yang memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan.
8. Banyaknya konsumen yang melakukan pembelian produk dengan memperhatikan harga.
9. Munculnya beberapa perusahaan lain yang akan membuat konsumen semakin banyak pilihan dalam memilih produk yang dibeli.
10. Strategi yang digunakan perusahaan untuk unggul dalam persaingan.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah hanya pada Kualitas Bahan Baku, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening Pada Rumah Makan Silungkang.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas penelitian ini dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas bahan baku terhadap keunggulan bersaing pada Rumah Makan Silungkang?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keunggulan bersaing pada Rumah Makan Silungkang?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap keunggulan bersaing pada Rumah Makan Silungkang?
4. Bagaimana pengaruh kualitas bahan baku terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Silungkang?
5. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Silungkang?
6. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Silungkang?
7. Bagaimana pengaruh keunggulan bersaing terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Silungkang?
8. Bagaimana pengaruh kualitas bahan baku terhadap keputusan pembelian melalui keunggulan bersaing pada Rumah Makan Silungkang?
9. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui keunggulan bersaing pada Rumah Makan Silungkang?
10. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian melalui keunggulan bersaing pada Rumah Makan Silungkang?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Pengaruh kualitas bahan baku terhadap keunggulan bersaing pada Rumah Makan Silungkang.
2. Pengaruh kualitas produk terhadap keunggulan bersaing pada Rumah Makan Silungkang.
3. Pengaruh harga terhadap keunggulan bersaing pada Rumah Makan Silungkang.
4. Pengaruh kualitas bahan baku terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Silungkang.
5. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Silungkang.
6. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Silungkang.
7. Pengaruh keunggulan bersaing terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Silungkang.
8. Pengaruh kualitas bahan baku terhadap keputusan pembelian melalui keunggulan bersaing pada Rumah Makan Silungkang.
9. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui keunggulan bersaing pada Rumah Makan Silungkang.
10. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian melalui keunggulan bersaing pada Rumah Makan Silungkang.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti

Dapat menambah wawasan dan memperdalam pengetahuan tentang ”Pengaruh Kualitas Bahan Baku, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening Pada Rumah Makan Silungkang”.

2. Bagi perusahaan

Memberikan masukan dan informasi serta menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan tentang kondisi penerapan kualitas bahan baku, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian melalui keunggulan bersaing sebagai variabel intervening dan hal-hal yang perlu dibenahi.

3. Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi informasi dari pihak akademisi terutama bagi mereka yang tertarik melakukan penelitian yang sejenis atau lanjutan.