

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Restoran dan rumah makan di kota Padang banyak mengalami gulung tikar selama beberapa tahun terakhir, kompetitifnya persaingan antar pelaku usaha dan adanya dampak pandemi Covid-19 beberapa tahun terakhir, menyebabkan banyak usaha kuliner di kota Padang gulung tikar. BPS (2023) menyatakan berdasarkan data statistik Kota Padang selama beberapa tahun terakhir menunjukkan bahwa restoran yang ada di Kota Padang jumlahnya menurun. Data statistik Kota Padang menunjukkan bahwa restoran di Kota Padang tahun 2019 jumlahnya 336 restoran, pada tahun 2020 mengalami penurunan yaitu sebanyak 318 restoran, pada tahun 2021 terjadi penurunan yang sangat pesat yaitu jumlah restoran di Kota Padang hanya sebanyak 203 restoran, dan pada tahun 2022 terjadi peningkatan sedikit terhadap jumlah restoran di Kota Padang karena sudah dikeluarkan keputusan oleh presiden bahwasanya sudah bisa bekerja seperti sebelum pandemi Covid-19 terjadi yaitu sebanyak 286 restoran di Kota Padang.

Padang merupakan salah satu kota yang ada provinsi Sumatra Barat dan Kota Padang merupakan Ibukota dari Provinsi ini. Kota Padang memiliki jumlah penduduk terbesar apabila dibandingkan dengan 18 kota ataupun kabupaten lainnya di Sumatra Barat. Banyaknya penduduk Kota Padang apabila dibandingkan dengan kabupaten lainnya, yang ada di Sumatra Barat, tentunya kota ini memiliki banyak penggemar bakso. Hal tersebut dapat tunjukan karena banyaknya warung bakso yang ada di Padang. Mayoritas warung bakso di Kota Padang umumnya

menjual Bakso Solo, dibandingkan jenis bakso lainnya seperti Bakso Bandung dan Bakso Malang. Data dari Sekertariat Keluarga Pedagang Bakso Nusantara Koordinator Wilayah Padang KPBN Korwil Padang (2020) mayoritas pedagang bakso yang ada di Kota Padang menjual Bakso Solo dari 89 anggota pedagang bakso yang aktif yang bergabung di KPBN Korwil Padang. Sebanyak 87 pedagang bakso, menjual Bakso Solo dan sisanya Bakso Malang. Menurut Ketua KPBN Korwil Padang banyaknya pedagang bakso yang menjual Bakso Solo di Kota Padang karena mayoritas pedagang bakso berasal dari Surakarta, dan sebagian juga transmigran dari Surakarta. Karakteristik Bakso Solo yaitu menurut Wikipedia (2023) Bakso Solo memiliki ciri-ciri sebagai berikut yaitu biasanya disajikan dengan mie kuning dan bihun dalam kuah kaldu sapi, sedangkan untuk Bakso Malang biasanya ditambahi dengan tahu dan pangsit goreng yang renyah.

Fenomena yang menarik pada saat masa Pandemi Covid-19 adalah dimana terdapat beberapa warung Bakso Solo masih tetap bertahan walaupun terjadi penurunan omset tetapi tidak sampai menyebabkan usaha Bakso Solo gulung tikar, sedangkan banyak usaha UMKM dan restoran yang ada di Kota Padang saat pandemi Covid-19 yang mengalami gulung tikar. Hal ini sesuai dengan Data (KPBN Korwil Padang, 2022). Sekertariat Keluarga Pedagang Bakso Koordinator Wilayah Kota Padang menyatakan dari 87 anggota pedagang Bakso Solo yang ada di Kota Padang, selama pandemi Covid-19 tidak ada yang mengalami gulung tikar walaupun terjadi penurunan omset sampai 50%.

Berdasarkan pra-survey yang dilakukan oleh peneliti, pada lima warung Bakso Solo yang menguasai pasar Bakso Solo di Kota Padang. Pemilihan lokasi

pra-survey ini berdasarkan pada jumlah rata-rata porsi terbanyak yang terjual setiap harinya. Berikut merupakan daftar rata-rata jumlah porsi Bakso Solo yang terjual perhari di lima warung bakso yang menguasai pasar Bakso Solo di Kota Padang.

Tabel 1.1 Rata-rata Jumlah Porsi yang Terjual Di Lima Warung Bakso Solo yang Menguasai Pasar Bakso Solo di Kota Padang

No.	Nama Warung	Jumlah (unit Porsi) Menu Bakso yang Terjual Per Hari
1.	Bakso Solo 999	700 Porsi
2.	Bakso Bank Keri	600 Porsi
3.	Bakso Mas Maman	350 Porsi
4.	Bakso Mas Eko	350 Porsi
5.	Bakso Tentram	300 Porsi

Sumber : Data yang di Olah dari Survey Wawancara (2023).

Berdasarkan hasil wawancara pra survey pada konsumen yang makan di warung Bakso Solo tersebut. Setelah pasca pandemi covid-19 terjadi perubahan perilaku yang dilakukan konsumen dalam membeli makanan bakso, yang mana pasca Covid-19 konsumen Bakso Solo cenderung memilih untuk membeli makanan yang berkualitas baik dan harga terjangkau, berdasarkan jawaban konsumen bahwa hal tersebut dikarenakan keadaan ekonomi mereka yang belum stabil pasca pandemi covid-19. Setelah pasca terjadinya pandemi covid-19, konsumen Bakso Solo cenderung lebih sering memilih makanan berdasarkan rekomendasi di media online, seperti membaca review makanan di media online untuk mempertimbangkan, makanan apa yang ingin dikonsumsi dengan kualitas produk yang enak dan harganya terjangkau. Berdasarkan hasil pr-survey pada konsumen Bakso Solo di warung-warung tersebut, mereka mengetahui tentang

bakso di warung tersebut memiliki rasa yang enak dan harga terjangkau, itu dari informasi dan rekomendasi online di media online yang sering mereka baca yaitu seperti ulasan google dan beberapa reviewer instagram kuliner yang ada di Kota Padang (@Padang Foodgram, @Padangfoodhunter, ulasan dan rekomendasi google dan Media online lainnya). Laato et al. (2020) menyatakan bahwa saat virus Covid-19 hadir di Indonesia dimulai dari bulan maret awal pada tahun 2020 menyebabkan perubahan perilaku konsumen juga perubahan kebutuhan konsumen yang terpengaruh adanya rekomendasi di media online, hal itu yang menyebabkan terjadinya keputusan pembelian konsumen.

Faktor kepercayaan pada sebuah produk adalah faktor penting untuk menentukan suatu keputusan pembelian terutama produk makanan. Berdasarkan pra survey yang dilakukan peneliti dengan mewawancarai beberapa konsumen Bakso Solo, alasan mereka memilih untuk memutuskan membeli Bakso Solo yaitu dikarenakan mereka percaya bahwa makanan Bakso Solo dari zaman dahulu memiliki kualitas produk yang bagus yaitu terbuat dari bahan kualitas yang bagus dan menggunakan daging yang memiliki kualitas terbaik. Mereka yakin bahwa Bakso Solo berkualitas unggul dengan rasa yang enak, dan kuah kaldu yang menggugah selera. Fomac (2022) menyatakan Bakso Solo memiliki keunggulan yaitu memiliki ciri khas tekstur baksonya terasa lebih kenyal dan keunggulan yang mencolok pada Bakso Solo yaitu terdapat pada kuahnya, Bakso Solo memiliki rasa lebih gurih. Selain itu, kuah bakso memiliki aroma daging sapi yang menggugah selera. Sedangkan untuk isian, Bakso Solo bisa dikatakan memiliki isian yang lebih sedikit

dibandingkan Bakso Malang. Bakso Solo hanya disajikan menggunakan, bihun, mi kuning, daun seledri, dan ditaburi bawang goreng. Hal ini sesuai dengan pernyataan Suhayli dan Darmoyo (2017) tingginya kepercayaan pada kualitas produk dan harga dapat meningkatkan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk. Handi et al. (2018) menambahkan tingginya kepercayaan konsumen pada E-WOM juga dapat meningkatkan keputusan pembelian pada produk.

Menurut Direktur Jenderal Industri Agro Kemenperin (2021) menyatakan bahwa, Covid-19 yang sudah berlangsung beberapa tahun belakangan ini mengubah pola konsumsi konsumen pada sebuah produk. Adanya perubahan pola konsumsi makanan oleh konsumen menuntut sektor usaha makanan lebih berinovasi dalam meningkatkan kualitas dari suatu produk makanan, misalnya seperti membuat makanan sehat dan kualitas rasa yang baik, serta menjaga kebersihan dan keamanan bahan utama yang digunakan untuk membuat produk olahan makanan. Suhayli & Darmoyo (2017) kualitas produk serta harga memberikan pengaruh konsumen dalam menentukan keputusan membeli suatu produk, hal tersebut dikarenakan konsumen mempertimbangkan Kualitas produk dan juga harga dalam membeli produk. Selain itu penelitian ini memperlihatkan bahwasannya kualitas produk dan harga juga memberikan pengaruh yang signifikan pada kepercayaan konsumen. Kepercayaan konsumen juga memberikan pengaruh pada konsumen dalam memilih keputusan membeli suatu produk. Kepercayaan pada jurnal ini dijadikan sebagai variabel mediasi. Kepercayaan konsumen memediasi adanya pengaruh diantara kualitas produk

dengan harga dan juga keputusan pembelian. Jurnal ini juga didukung oleh jurnal penelitian lain yaitu Simarmata et al. (2021) kualitas produk mengartikan ciri khas dari keseluruhan sebuah produk atau jasa layanan yang bermanfaat untuk keperluan yang tersirat. Hulu et al. (2018) menyatakan bahwa, kualitas produk sebagai pembentuk utama kepercayaan konsumen.

Handi et al. (2018) media online sangat penting bagi konsumen dalam berpendapat agar lebih efektif, hal ini dikarenakan banyaknya konsumen mendapatkan informasi dari suatu produk secara online, seperti komentar, rekomendasi dan ulasan dari konsumen lain. Pada jurnal ini E-WOM berpengaruh pada keputusan yang dilakukan oleh konsumen dalam melakukan pembelian. Pada penelitian jurnal ini E-WOM juga mempengaruhi kepercayaan.

Berdasarkan beberapa fenomena yang sudah dijabarkan, peneliti memilih menggunakan teori keputusan pembelian model Input, Proses, and Output yang berkaitan dengan perilaku seorang konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan permasalahan dan fenomena yang ada lebih berkaitan dengan faktor yang mempengaruhi indikator tahap Input yang ada pada model teori keputusan pembelian Input, Proses, and Output. Schiffman dan Wisenblit (2018) satu dari beberapa faktor yang memberikan pengaruh pada konsumen dalam melakukan keputusan pembelian dalam tahapan indikator input yang ada di teori model Input, Proses, and Output yaitu upaya pemasaran perusahaan (produk, harga, promosi, dan Word Of Mouth). Trimaryono (2018) menyatakan bahwa, hubungan teori perilaku konsumen saat konsumen membuat keputusan dalam membeli suatu produk dengan upaya memasarkan produk

perusahaanitu saling terkait satu variable dengan lainnya, karena upaya perusahaan dalam memasarkan produk diupayakan untuk menambah keinginan konsumen memutuskan pembelian pada suatu produk. Berdasarkan itulah, peneliti memiliki ketertarikan untuk menjalankan penelitian berjudul “ **Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan E-WOM Pada Keputusan Pembelian Konsumen Pasca Pandemi Covid-19 Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi (Survei Pada Konsumen Bakso Solo di Kota Padang).**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah ada sehingga diajukan rumusan masalah sebagai berikut ini:

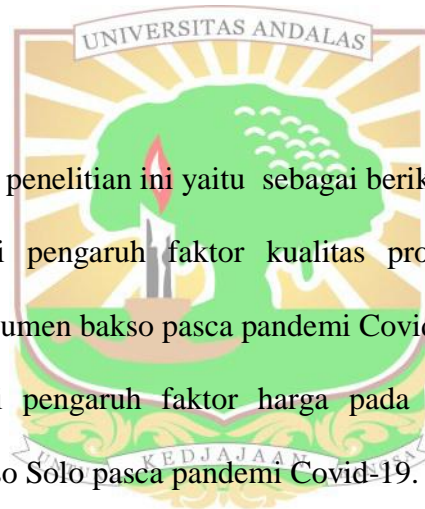
1. Apakah faktor kualitas produk berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen bakso pasca Covid-19?
2. Apakah faktor harga berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen bakso pasca Covid-19?
3. Apakah faktor E-WOM berpengaruh pada keputusan konsumen dalam melakukan pembelian bakso pasca Covid-19?
4. Apakah faktor kepercayaan berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen bakso pasca Covid-19?
5. Apakah faktor kualitas produk berpengaruh pada kepercayaan konsumen bakso pasca Covid-19?
6. Apakah faktor harga berpengaruh pada kepercayaan konsumen bakso pasca pandemi Covid-19?

7. Apakah faktor E-WOM berpengaruh pada kepercayaan konsumen bakso pasca pandemi Covid-19?
8. Apakah faktor kepercayaan dapat memediasi dampak kualitas produk pada keputusan pembelian konsumen bakso pasca Covid-19?
9. Apakah faktor kepercayaan dapat memediasi dampak harga pada keputusan pembelian konsumen bakso pasca Covid-19?
10. Apakah faktor kepercayaan dapat memediasi pengaruh E-WOM pada keputusan pembelian konsumen bakso pasca Covid-19?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan peneliti melakukan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Untuk menguji pengaruh faktor kualitas produk pada keputusan pembelian konsumen bakso pasca pandemi Covid-19.
2. Untuk menguji pengaruh faktor harga pada keputusan pembelian konsumen Bakso Solo pasca pandemi Covid-19.
3. Untuk menguji pengaruh faktor E-WOM pada keputusan pembelian konsumen Bakso Solo pasca pandemi Covid-19.
4. Untuk menguji pengaruh faktor kepercayaan pada keputusan pembelian konsumen Bakso Solo pasca pandemi Covid-19.
5. Untuk menguji pengaruh faktor kualitas produk pada kepercayaan konsumen Bakso Solo pasca pandemi Covid-19.
6. Untuk menguji pengaruh faktor harga pada kepercayaan konsumen Bakso Solo pasca pandemi Covid-19.



7. Untuk menguji pengaruh faktor E- WOM pada kepercayaan konsumen Bakso Solo pasca pandemi Covid-19.
8. Untuk menguji pengaruh kepercayaan mampu memediasi pengaruh faktor kualitas produk pada keputusan pembelian konsumen Bakso Solo pasca pandemi Covid-19.
9. Untuk menguji pengaruh kepercayaan mampu memediasi pengaruh faktor harga pada keputusan pembelian konsumen Bakso Solo pasca pandemi Covid-19.
10. Untuk menguji pengaruh kepercayaan mampu memediasi pengaruh faktor E-WOM pada keputusan pembelian konsumen Bakso Solo pasca pandemi Covid-19.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan supaya dapat di manfaatkan oleh *stakeholders* sebagai berikut:

1. Manfaat Akademik

Dijadikan sebagai landasan teori dalam pengembangan media pembelajaran bagi para peneliti mengenai teori keputusan pembelian terhadap produk. Penelitian ini bisa dimanfaatkan sebagai tambahan ilmu dibidang akademik.

2. Manfaat Praktisi

Penelitian ini bisa digunakan bagi pembisnis bakso untuk merumuskan strategi pemasaran efektif. Kualitas Produk, Harga, E-WOM dan Kepercayaan untuk meningkatkan keputusan yang dilakukan oleh konsumen dalam membeli produk bakso.



1.5. Ruang Lingkup Pembahasan

Pada penulisan thesis ini pembahasannya mengenai Kualitas produk, Harga, E-WOM, Kepercayaan dan Keputusan Pembelian Konsumen pada konsumen yang membeli Bakso Solo di Kota Padang.

1.6. Sistematika Penulisan

Terdapat lima bagian pada penelitian ini dengan sistematika dan teknik penulisan yang disesuaikan dengan pedoman penulisan thesis Universitas Andalas.

Berikut urutan dari penelitian ini

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian bab ini diuraikan mengenai latar belakang dalam penelitian, rumusan masalah, tujuan dari penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup pembahasan dan sistematika cara penulisan

BAB II TINJAUAN LITERATUR

Pada bagian ini menguraikan teori-teori yang melandasi penelitian ini, berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan, penelitian yang dahulu, kerangka konseptual dan landasan hipotesis dari penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bagian ini berisikan mengenai rancangan penelitian, variabel dan pengukuran, teknik pengumpulan data, uji instrument penelitian dan metode analisis data yang digunakan.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bagian bab analisis dan pembahasan ini menguraikan tentang deskripsi data, analisis data dan membahas tentang data-data yang ditemukan.

BAB V PENUTUP

Pada bagian ini menguraikan mengenai hasil dan kesimpulan, keterbatasan penelitian, serta hal apa saja yang disaran untuk penelitian selanjutnya.

