

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tingkat persaingan dunia usaha saat ini semakin ketat khususnya bisnis kuliner sehingga menyebabkan banyaknya restoran-restoran baru yang bermunculan dengan menawarkan berbagai macam produk dengan kelebihan yang mereka miliki untuk menarik konsumen. Dalam persaingan bisnis banyak faktor yang perlu diperhatikan untuk menarik konsumen, diantaranya adalah kualitas produk, dan *brand image*. Disamping faktor tersebut ada faktor harga yang sangat berperan penting dalam menentukan perkembangan usaha.

Kota Padang merupakan wilayah perkotaan sekaligus sebagai Ibu Kota Provinsi Sumatera Barat. Menurut BPS (2020) laju pertumbuhan penduduk di Kota Padang mencapai 1,43% per tahun nya sehingga menjadikan Kota Padang sebagai kota dengan jumlah penduduk yang tinggi. Jika suatu daerah memiliki kepadatan penduduk maka peluang bisnis didaerah tersebut memiliki prospek yang besar terlebih lagi kuliner yang banyak diminati oleh berbagai kalangan. Jika dilihat lebih mengerucut lagi, Kecamatan Pauh adalah salah satu daerah yang ada di Kota Padang yang bisa dikatakan sebagai tempat yang strategis untuk dijadikan lokasi bisnis terlebih bisnis kuliner. Karena pertumbuhannya sangat cepat, yang akan mengakibatkan persaingan. Persaingan inilah yang mendorong bisnis untuk menawarkan sesuatu yang berbeda kepada konsumen. tak terkecuali yang dilakukan Rumah Makan Ayam Remuk Sambal Mercon.

Rumah Makan Ayam Remuk Sambal Mercon yang berlokasi di kawasan kampus Unand Limau Manis, Kec. Pauh, Padang. Ayam Remuk Sambal Mercon merupakan pengembangan bisnis dari rumah makan Pondok Aciak Jaya. Pondok

Aciak Jaya adalah salah satu rumah makan yang ada dikawasan kampus Unand, Kota Padang yang menyajikan berbagai menu aneka nasi, cepat saji dan olahan seafood lainnya. Pondok Aciak Jaya merupakan usaha rumah makan yang berdiri pada tahun 2014 di Jl. Dr.Moh Hatta no.94, Kelurahan Kapalo Koto, Kecamatan Pauh Kota Padang. Dilihat dari jumlah pengunjung yang cukup meningkat dan dari banyaknya konsumen yang menyukai makanan dengan berbagai level pedas yang berbeda, sehingga dalam kurun waktu yang singkat aciak jaya mampu mengembangkan bisnisnya dengan mendirikan 4 cabang dengan *brand* Ayam Remuk Sambal Mercon.

Keempat cabang tersebut terletak di kawasan kampus Unand, perkembangan bisnis Aciak Jaya dimulai pada tahun 2019 yaitu dengan mendirikan cabang pertama dengan *brand* Ayam Remuk Sambal Mercon yang berada di Jl. Moh-Hatta, Pasar Baru, Kec. Pauh. Pada tahun 2020 mendirikan lagi cabang kedua nya dengan *brand* yang sama dan beralamat di Jl. Simpang 4 Rumah Sakit Unand, Pauh/Limau Manis. Pada tahun 2022 mereka mendirikan cabang ketiganya, di Jl. Dr. Moh Hatta, Kelurahan Kapalo Koto, tepatnya di daerah Simpang Pasir. Perkembangan bisnis Aciak Jaya tidak hanya berhenti disitu, pada tahun 2023 Aciak Jaya mendirikan cabang keempatnya yaitu Rumah Makan Ayam Remuk Sambal Mercon yang berlokasi di Jl. M. Hatta Pauh, Binuang Kp. Dalam, Kec. Pauh.

Rumah Makan Ayam Remuk Sambal Mercon menyajikan suasana yang nyaman, menyediakan pilihan menu makanan yang identik pedas, menyediakan paket lengkap dengan harga promo serta adanya pelayanan yang baik dan tersedianya jaringan *free-Wifi* sehingga menjadi bahan pertimbangan konsumen

untuk mengambil keputusan pembelian terhadap produk yang ditawarkan. Rumah Makan Ayam Remuk Sambal Mercon menawarkan variasi menu makanan dan minuman dengan menu utama Ayam Remuk Sambal Mercon dengan *free* es teh, yang pada umumnya dipesan oleh konsumen. Dengan begitu pemilik rumah makan harus bisa menerapkan strategi dengan meningkatkan nilai tambah seperti menciptakan suasana yang nyaman dan ciri khas dari produk yang ditawarkan. Pemasar harus mampu membuktikan kualitas produk yang dihasilkan mampu membuat konsumen melakukan pembelian. Hal ini dapat dilakukan dengan menunjukkan kelebihan-kelebihan dari produk yang ditawarkan.

Keputusan pembelian konsumen dalam menentukan dan memilih suatu produk tidak lepas dari *brand image* atau citra merek produk maupun perusahaan. Citra Merek yang berhasil ditanamkan oleh Rumah Makan Ayam Remuk Sambal Mercon kepada pelanggannya adalah rumah makan yang menyediakan suatu varian baru yang disajikan dengan cita rasa yang khas dan harga yang terjangkau. Selain itu, *brand* atau merek ini juga mampu menempatkan diri dibenak pelanggan sebagai rumah makan yang menyediakan menu untuk pecinta rasa pedas.

Disamping Citra Merek tentu saja konsumen akan menilai nominal harga dengan melihat dari kesesuaiannya terhadap kualitas suatu produk. Harga yang ditawarkan oleh rumah makan ayam remuk sambal mercon ini sebenarnya tidak berbeda jauh dari harga yang ditawarkan oleh rumah makan lainnya, tetapi Rumah Makan Ayam Remuk Sambal Mercon sering memberikan promo harga untuk menarik pelanggannya. Secara tidak langsung promo tersebut mempengaruhi daya tarik pelanggan. Selain itu, harga merupakan faktor penting

untuk pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan. Harga memiliki peranan dalam penentu kualitas dari produk tersebut, apalagi seperti makanan dan minuman maka konsumen akan memperhatikan harganya.

Tapi penerapan strategi pemasaran maupun bauran pemasaran sejauh ini belum bisa dianggap efektif untuk menjawab permasalahan dalam bidang pemasaran ditengah persaingan yang semakin ketat dalam lingkup pemasaran yang semakin kompleks dalam persaingan perebutan konsumen dan banyaknya faktor yang mampu menjadi pengaruh dalam pengambilan keputusan setiap pembelian konsumen. Kualitas produk, Citra Merek dan harga yang menjadi bagian dari aspek strategi pemasaran dan bauran pemasaran menjadi pembahasan yang menarik ketika dihadapkan dengan situasi di masyarakat berkaitan langsung tentang bagaimana seorang konsumen melakukan pengambilan keputusan dalam membeli suatu produk, kualitas produk, Citra Merek dan harga menjadi syarat dominan agar produk tersebut mampu diterima ditengah masyarakat. Jadi kualitas produk menjadi perhatian utama menciptakan sebuah produk sesuai dengan kebutuhan, di samping itu merek juga sangat perlu diperhatikan untuk pengenalan kespesifikan produk agar sejalan dengan kualitas yang terdapat dalam produk tersebut.

Penambahan nilai kualitas produk, Citra Merek dan harga mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan keputusan pembelian menjadikan ketiga variabel sangat penting dalam merumuskan strategi untuk menarik minat konsumen secara luas. Berdasarkan uraian di atas menjadi suatu hal yang menarik untuk dikaji dan diteliti dalam memahami bagaimana pengaruh kualitas produk, Citra Merek dan harga terhadap pengambilan keputusan pembelian produk rumah

makan ayam remuk sambal mercon. Apakah variabel-variabel tersebut menjadi tolak ukur konsumen untuk membeli makanan di rumah makan ayam remuk sambal mercon, sehingga penulis tertarik memilih judul : **Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus : Rumah Makan Ayam Remuk Sambal Mercon Kecamatan Pauh)**.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yakni:

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Ayam Remuk Sambal Mercon.
2. Bagaimana pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada rumah makan Ayam Remuk Sambal Mercon.
3. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Ayam Remuk Sambal Mercon.
4. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Ayam Remuk Sambal Mercon.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk menganalisis:

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Ayam Remuk Sambal Mercon.
2. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Ayam Remuk Sambal Mercon.
3. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Ayam Remuk Sambal Mercon.

4. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Ayam Remuk Sambal Mercon.

1.4. Manfaat penelitian

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai pengambilan keputusan terhadap suatu objek yang dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya.
2. Diharapkan dapat menjadi masukan dan wawasan kepada pengusaha Dalam mengetahui keputusan pembelian terhadap menu yang ditawarkan sehingga dapat menjadikan pertimbangan dalam perencanaan strategi usaha
3. Diharapkan pemerintah mengetahui kontribusi dari kegiatan UMKM dalam memajukan perekonomian daerah maupun Negara

1.5. Hipotesis Penelitian

H1: Diduga Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian

H2: Diduga Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian

H3: Diduga Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian

H4: Diduga Kualitas Produk, Citra Merek, Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.