

**PENGARUH INOVASI PRODUK, EKUITAS MEREK, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEUNGGULAN
BERSAING PADA MC DONALD'S DI KOTA PADANG**

SKRIPSI



OLEH :

**SUCI RAHMA SARI
(1910011211106)**

Dosen Pembimbing: Dahliana Kamener,BS., MBA.,Ph.D

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA
KOTA PADANG
2023**

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH INOVASI PRODUK, EKUITAS MEREK, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA MC DONALD'S
DI KOTA PADANG

Oleh

Nama : Suci Rahma Sari
NPM : 1910011211106

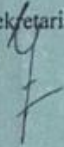
Tim Penguji

Ketua



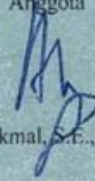
(Dahliana Kamener, B.S., MBA., Ph.D)

Sekretaris



(Sefnedi, S.E., M.M., Ph.D)

Anggota



Dr. Akmal, S.E., M.SI

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
sarjana manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
pada tanggal 18 Agustus 2023

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta
Dekan



(Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si)

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH INOVASI PRODUK, EKUITAS MEREK, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA MC DONALD'S
DI KOTA PADANG

Oleh

Nama : Suci Rahma Sari
NPM : 1910011211106

Tim Penguji

Ketua



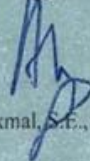
(Dahliana Kamener, B.S., MBA., Ph.D)

Sekretaris



(Sefnedi, S.E., M.M., Ph.D)

Anggota



Dr. Akmal, S.E., M.Si

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
sarjana manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
pada tanggal 18 Agustus 2023

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta
Dekan



(Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan hidayah-Nya, Nabi Muhammad SAW yang senantiasa menjadi panutan peneliti sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Inovasi Produk Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Mc Donald’s Padang”. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi Universitas Bung Hatta, Ucapan terima kasih ini peneliti tunjukkan kepada:

1. Bapak Prof Dr. Tafdil Husni, S.E., MBA selaku Rektor Universitas Bung Hatta.
2. Ibu Dr, Erni Febrian Harahap, S.E,M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta.
3. Terima kasih Ibu Lindawati, S.E.,M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
4. Terima kasih Ibu Dahliana Kamener,Bs.,MBA,Ph.D selaku pembimbing terima kasih atas semua ilmu yang ibu berikan kepada saya, baik itu selama perkuliahan maupun selama proses bimbingan skripsi dengan meluangkan waktu ibu. Dorongan arahan dan petunjuk yang telah ibu berikan.
5. Teristimewa peneliti persembahkan ucapan terima kasih kepada keluarga tercinta yaitu khususnya orang tua Ayahanda (Syahril) dan Ibunda (Yanti Pertiwi) yang telah memberikan kasih sayang yang tulus,

nasehat dukungan moral serta do'a suci yang selalu beliau lantunkan untuk kesuksesan dan keberhasilan peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan studi dan penulisan skripsi ini.

6. Kepada adik-adik saya Fitra Sahara dan Tri bayu Febriany, terima kasih untuk do'a dan dukungannya sehingga saya bisa menyelesaikan tugas ini dengan baik, dan semoga saya bisa menjadi kakak yang selalu di banggakan.
7. Kepada Brayen Bosco, Putri Oktaviani, Dian Kurnia Sari, dan Elsa Widya terima kasih atas dukungan, semangat, serta telah menjadi tempat berkeluh kesah, selalu ada dalam suka maupun duka selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Terima kasih untuk teman-teman seperjuangan yang saya sayangi, Friska Juliani, Rika Indah Agustin, dan Anesia Fadillah Hasibuan yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada peneliti.
9. Terima kasih kepada sahabat-sahabat Yeni Eliza Yanti, Cantika Agusniati, Rita Trihastuti dan Aini Suliwa Dzikri, yang penulis sayangi telah membantu, menemani, dan menyemangati dalam segala hal untuk meraih gelar sarjana manajemen ini.
10. Terima kasih juga kepada pihak yang tidak sempat penulis cantumkan satu persatu disini, bagi kalian yang penulis kenal, ataupun kalian yang kenal dengan penulis, kalian sudah penulis simpan dalam kenangan terindah. Terima kasih sudah mengisi setiap putaran detik dalam hidup penulis selama masa perkuliahan kurang lebih 4 tahun.

Penulis menyadari bahwa skripsi yang penulis buat ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga banyak terdapat kekurangan. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak, demi kesempurnaan penulis pada masa yang akan datang. Semoga skripsi ini berguna bagi kita semua.

Padang,2023

Suci Rahma Sari

PENGARUH INOVASI PRODUK, EKUITAS MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA MC DONALD'S PADANG

Suci Rahma Sari ¹, Dahliana Kamener, B.S., MBA., Ph.D.

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bung Hatta

E-mail: [1\)Sucirahmasari016@gmail.com](mailto:1)Sucirahmasari016@gmail.com)

[2\)dahlianakamener@gmail.com](mailto:2)dahlianakamener@gmail.com)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi produk, ekuitas merek, dan kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing produk Mc Donald's di Kota Padang. Penelitian ini dilakukan kepada beberapa orang konsumen yang telah berkunjung dan membeli produk Mc Donald's di Kota Padang. Keunggulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dan dilakukan secara langsung oleh peneliti. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda yang di olah dengan bantuan program SPSS. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ditemukan inovasi produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing produk Mc Donald's. Sedangkan ekuitas merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

**The Effect of Product Innovation, Brand Equity, Service Quality on
Competitive Advantage at Mc Donald's in Padang City**

Suci Rahma Sari ¹ · Dahliana Kamener, B.S., MBA., Ph.D.

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bung Hatta

E-mail: 1)Sucirahmasari016@gmail.com

2)dahlianakamener@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product innovation, brand equity, and service quality on the competitive advantage of Mc Donald's products in the city of Padang. This research was conducted on several consumers who had visited and purchased Mc Donald's products in the city of Padang. Data excellence is done by distributing questionnaires and carried out directly by researchers. The data analysis method used is multiple regression analysis processed with the help of the SPSS program. Based on the results of hypothesis testing, it was found that product innovation and service quality had an effect on the competitive advantage of Mc Donald's products. Meanwhile, brand equity has no significant effect on competitive advantage.

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	7
DAFTAR TABEL	10
DAFTAR GAMBAR	11
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	12
1.2 Perumusan Masalah	20
1.3 Tujuan Penelitian	20
1.4 Manfaat Penelitian	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Resources Base View (RBV)	22
2.2 Keunggulan Bersaing	24
2.2.1 Definisi Keunggulan Bersaing	24
2.2.2 Bentuk-Bentuk Keunggulan Bersaing.....	25
2.2.3 Faktor Faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Ber saing	26
2.3 Inovasi Produk.....	28
2.4 Ekuitas Merek.....	30
2.4.1 Definisi Ekuitas Merek.....	30
2.5 Kualitas Pelayanan.....	34
2.5.1 Definisi Kualitas Pelayanan.....	34
2.6 Pengembangan Hipotesis	37
2.6.1 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing	37
2.6.2 Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keunggulan Bersaing	38
2.6.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keunggulan	

	Bersaing	39
2.7	Kerangka Konseptual.....	41
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian	42
3.2	Populasi dan Sampel	42
3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	43
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	43
3.5	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	43
	3.5.1 Variabel Dependen	44
	3.5.2 Variabel Independen	45
	3.5.2.1 Inovasi Produk	45
	3.5.2.2 Ekuitas Merek	46
	3.5.2.3 Kualitas Pelayanan	46
3.6	Skala Pengukuran	47
3.7	Uji Instrumen.....	47
	3.7.1 Uji Validitas	48
	3.7.2 Uji Reliabilitas	48
3.8	Metode Analisis Data.....	49
	3.8.1 Analisis Deskriptif	49
	3.8.2 Analisis Kuantitatif	51
	3.8.2.1 Uji Asumsi Klasik.....	51
	3.8.2.2 Analisis Regresi Linear Berganda	52
	3.8.2.3 Koefisien Determinan	53
	3.8.2.4 Uji t-statistik	53
	3.8.2.5 Uji F-statistik	54
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		
4.1	Analisis Hasil Penelitian.....	56
	4.1.1 Demografis Responden.....	56

4.1.2 Uji Instrumen.....	58
4.1.2.1 Uji Validitas.....	58
4.1.3 Analisi Deskriptif.....	62
4.1.3.1 Deskriptif Variabel Keunggulan Bersaing....	62
4.1.3.2 Deskriptif Variabel Inovasi Produk.....	64
4.1.3.3 Deskriptif Variabel Ekuitas Merek.....	66
4.1.3.4 Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan.....	67
4.1.4 Pengujian Asumsi Klasik.....	69
4.1.4.1 Hasil Pengujian Normalitas.....	69
4.1.4.2 Analisis Regresi Berganda.....	71
4.1.4.3 Analisis Koefisien Determinasi.....	72
4.1.4.4 Hasil Pengujian F-statistik.....	73
4.1.4.5 Hasil Pengujian Hipotesis.....	74
4.2 Pembahasan	
4.2.1 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Produk Mc Donalds di Kota Padang.....	75
4.2.2 Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keunggulan Bersaing Produk Mc Donald's di kota Padang.....	77
4.2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keunggulan Bersaing Produk Mc Donald's di Kota Padang.....	78
BAB V PENUTUP.....	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Implikasi Penelitian.....	80
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	81
5.4 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top 5 Waralaba Fast Food di Indonesia Tahun 2018-2022.....	16
Tabel 1.2	Volume Penjualan Mc Donald's Area Padang Tahun 2017-2022.....	17
Tabel 1.3	Hasil Pra Survei Untuk Mengetahui Keunggulan Bersaing Pada Produk Mc Donald's Mei 2023.....	18
Tabel 3.1	Skala Pengukuran Variabel.....	47
Tabel 3.2	Kriteria Factor Loading.....	48
Tabel 1.2	Tingkat Capaian Responden.....	50
Tabel 4.1	Prosedur Penyebaran Kuesioner.....	56
Tabel 4.2	Deografis Responden.....	57
Tabel 4.3	Hasil Pengujian Validitas Keunggulan Bersaing.....	59
Tabel 4.4	Hasil Pengujian Validitas Inovasi Produk.....	59
Tabel 4.5	Hasil Validitas Ekuitas Merek.....	60
Tabel 4.6	Hasil Pengujian Validitas Kualitas Pelayanan.....	61
Tabel 4.7	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	62
Tabel 4.8	Deskriptif Variabel Keunggulan Bersaing.....	63
Tabel 4.9	Deskriptif Variabel Inovasi Produk.....	64
Tabel 4.10	Deskriptif Variabel Ekuitas Merek.....	66
Tabel 4.11	Deskriptif Kualitas Pelayanan.....	67
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Normalitas.....	69
Tabel 4.13	Hasil Analisis Regresi Berganda.....	71
Tabel 4.14	Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	73

Tabel 4.15 Hasil Pengujian F-statistik	73
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Hipotesis.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	41
--------------------------------------	----

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengembangan dan mendorong keberlanjutan usaha merupakan hal yang sangat penting. Konsep tersebut tertuang dalam teori *Resources Base View* (RBV) yang dikembangkan oleh Wernerfelt (1984) yang kemudian dikembangkan oleh Barney (1991) teori tersebut menjelaskan pentingnya untuk mendorong keunggulan bersaing untuk meningkatkan keberlanjutan usaha. Menurut Nugraha et al., (2022) keunggulan bersaing dalam rangka mendorong keberlanjutan usaha dapat dilakukan dengan cara inovasi, mendorong meningkatnya kualitas pelayanan kepada konsumen serta meningkatkan pemahaman konsumen pada nilai nilai ekuitas merek.

Menurut Jaidi et al., (2022) keunggulan bersaing menunjukkan sejumlah perbedaan yang unik atau spesifik yang dapat menjadi daya tarik bagi konsumen, sehingga mampu mendorong peningkatan penjualan, laba usaha dan terjaganya eksistensi usaha dalam jangka waktu tertentu. Keunggulan bersaing berasal dari keberanian pelaku usaha untuk menciptakan inovasi. Beberapa strategi dilakukan Mc Donald's untuk meningkatkan keunggulan bersaing seperti menciptakan inovasi produk, meningkatkan kualitas pelayanan dan menjaga ekuitas merek (Ramadhani dan Lita 2019).

Keunggulan bersaing dapat diwujudkan dengan cara melakukan inovasi seperti pada produk, pada unit pemasaran, pada bahan pembuat dan sebagainya (Jaidi et al., 2022). Selain itu upaya untuk menciptakan keunggulan bersaing

dilakukan dengan mendorong peningkatan kualitas pelayanan dan meningkatkan nilai ekuitas merek. Masing masing variabel tersebut akan terwujud ketika pelaku usaha memiliki kesanggupan dan kemampuan untuk melakukan hal tersebut (Kollmann & Stöckmann, 2010). Selain itu menurut Foster, (2019) menyatakan keunggulan bersaing dapat diwujudkan dengan mendorong meningkatnya kualitas pelayanan serta meningkatkan pemahaman konsumen pada nilai nilai ekuitas merek. Jika dua instrumen tersebut dapat terpenuhi maka keunggulan bersaing akan dapat diwujudkan.

Menurut Asyhari et al., (2018) inovasi produk menunjukkan adanya upaya yang dilakukan oleh perusahaan atau pun pengelola usaha untuk menyempurnakan kelemahan yang terdapat pada produk yang mereka hasilkan. Selain itu menurut Rahmasari, (2018) menyatakan inovasi produk sebagai langkah untuk memperlihatkan kemampuan pelaku usaha untuk mendorong adanya hal yang berbeda dan unik pada produk yang mereka kembangkan, dimana keunikan tersebut harus dapat diterima konsumen pengguna dan mendorong meningkatnya volume penjualan produk. Ketika kondisi tersebut telah terpenuhi maka keunggulan bersaing telah dapat diwujudkan dalam kegiatan usaha.

Hasil penelitian Le & Lei, (2018) menemukan inovasi produk berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Selain itu hasil penelitian yang mendukung juga diperoleh oleh Syapsan, (2019) menyatakan semakin tinggi inovasi untuk mendorong keunikan pada produk yang dihasilkan dalam melakukan sebuah usaha maka keunggulan bersaing akan dapat diwujudkan. Selanjutnya hasil penelitian Putri, (2018) menemukan inovasi yang dilakukan pada produk mampu

mendorong sebuah keunikan sehingga mampu menciptakan keunggulan bersaing pada produk yang akan ditawarkan kepada konsumen.

Menurut Wirtz dan Lovelock (2021) salah satu cara yang dapat mendorong terciptanya keunggulan bersaing adalah meningkatkan ekuitas merek. Langkah tersebut dilakukan dengan mendorong menguatnya *brand awareness*, *brand image* dan *brand loyalty*. Ketika kesadaran seseorang akan keberadaan sebuah merek meningkat, reputasi merek dalam penilaian konsumen terjaga dan adanya konsumen yang memiliki loyalitas yang tinggi pada merek produk yang ditawarkan, tentu hal tersebut menjadi keunggulan bersaing yang akan menjaga keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Hasil penelitian Qorbani et al., (2019) menyatakan ekuitas merek yang terus menguat menunjukkan keunggulan bersaing yang absolut dari sebuah merek.

Inovasi produk dan ekuitas merek memang menjadi elemen penting yang mendorong keunggulan bersaing, tetapi hal penting lainnya yang dapat menciptakan keunggulan bersaing adalah mendorong meningkatnya kualitas pelayanan (Song et al., 2019). Konsisten kualitas pelayanan yang dirasakan konsumen tentu menjadi daya tarik yang menciptakan keunggulan dari unit usaha untuk menarik perhatian konsumen. Menurut Kotler, (2021) kualitas pelayanan menunjukkan proses layanan jasa yang diterima oleh konsumen. Kualitas pelayanan yang excellence akan menjadi bagian dari keunggulan bersaing, ketika hal tersebut dapat diwujudkan tentu keberlanjutan usaha akan terus terjaga dalam jangka panjang.

Hal tersebut juga didukung dalam penelitian Ramadhani & Lita (2019) yang menemukan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Hasil penelitian Malik et al., (2017) konsistensi kualitas pelayanan yang mendorong menguat ekuitas merek merupakan bentuk keunggulan bersaing yang dapat diciptakan dalam pengelolaan usaha. Temuan yang sama juga diungkapkan oleh Pornpitakpan dan Han (2018) yang menyatakan kualitas pelayanan yang tinggi dan konsisten mendorong terwujudnya keunggulan bersaing. Selanjutnya hasil penelitian yang sama juga diperoleh oleh Dahari et al., (2015) mempertegas hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan kualitas pelayanan yang konsisten akan mendorong terwujudnya keunggulan bersaing dalam pengembangan sebuah usaha.

Industri kuliner menjadi salah satu kelompok usaha unggulan di Sumatera Barat. Pembagian industri kuliner dikelompokkan menjadi dua yaitu siap saji dan kemasan. Menurut Christiani dan Charis (2018) terus meningkatnya pelaku usaha kuliner di Sumatera Barat telah menciptakan persaingan yang ketat dan tajam untuk meraih perhatian konsumen. Konsumen menjadi sangat selektif karena begitu banyak pilihan produk yang dapat mereka konsumsi. Hanya merek produk yang menjaga kualitas menjadi merek produk yang dapat bertahan di tengah ketatnya persaingan. Upaya inovasi produk sebagai strategi untuk menciptakan keunggulan bersaing terus dilakukan oleh sejumlah merek (Rahmanto dan Lestari, 2020). Keunggulan bersaing menjadi salah satu cara yang dilakukan oleh berbagai unit usaha untuk menjaga kelangsungan hidupnya ditengah persaingan yang semakin ketat.

Mc Donald's menjadi salah satu produsen makanan siap saji yang diminati oleh pasar Indonesia pada umumnya dan Sumatera Barat pada khususnya. Mc Donald's mendapatkan tempat tersendiri dalam diri konsumen Indonesia terutama mereka yang berusia 12 tahun sampai dengan 40 tahun (Wulandari, 2023). Hal tersebut dibuktikan dengan semakin meningkatnya daya saing Mc Donald's. Berdasarkan data yang peneliti peroleh dari top brand Indonesia diperoleh perkembangan peta persaingan usaha makanan siap saji di Indonesia terlihat pada Tabel 1.1 di bawah ini:

Tabel 1.1
Top 5 Waralaba Fast Food di Indonesia Tahun 2018 – 2022

Waralaba	Market Share (%)				
	2018	2019	2020	2021	2022
Mc Donalds	21.44	17.21	25.52	26.43	24.21
KFC	31.70	33.00	25.80	30.50	27.50
Burger King	9.70	10.80	9.10	9.60	10.10
Hocbens	-	-	10.10	10.80	10.10
A&W	-	5.12	6.10	6.75	5.70
Lainnya	37.16	33.87	23.38	15.92	22.39

Sumber: Top Brand Index Indonesia (2023)

Pada Tabel 1.1 terlihat pesaing utama yang dihadapi oleh Mc Donald's adalah KFC, HokBenn hingga AW, masing msing produsen sama sama menghasilkan jenis produk yang sama. Jika diamati dari perkembangan *market share* lima produsen makanan siap saji tersebut KFC masih yang tertinggi di tahun 2022 yang lalu yaitu dengan *market share* sebesar 24.21%, sedangkan pada MC Donalds berada pada posisi kedua dengan raihan *market share* sebesar 24.70%. Tercatat dalam beberapa tahun posisi market share Mc Donalds relatif menurun, dibandingkan beberapa pesaing. Jika fenomena tersebut terus dibiarkan dapat dipastikan posisi Mc Donald's akan diambil alih oleh waralaba yang lain. Oleh sebab itu penting bagi Mc Donald's untuk mendorong terwujudnya

keunggulan bersaing pada produk yang mereka hasilkan dan tawarkan kepada konsumen.

Salah satu merek produsen makanan siap saji berskala international di Kota Padang adalah MC Donald's. Produk yang ditawarkan berkaitan dengan makanan siap saji yaitu ayam goreng, *Cheese Burger* dan sejumlah makanan khas Amerika. MC Donald's menjadi salah satu unit usaha makanan siap saji yang mampu bertahan lama di Kota Padang. Mc Donald's mulai pertama kali berdiri pada tahun 2001 dan hingga saat ini masih mampu menjaga eksistensinya dan memiliki dua cabang utama di Kota Padang yaitu berlokasi di Jalan Ahmad Yani Padang dan Jalan Khatib Sulaiman Padang. Mc Donald's mencatatkan diri sebagai salah satu usaha produk makanan siap saji dengan penjualan tertinggi di Kota Padang (Rumaidlany et al., 2022). Sesuai dengan hasil dengan data yang diperoleh dari Human Resouces Management (HRD) diketahui volume penjualan Mc Donald's area Padang terlihat pada Tabel 1.2 berikut:

Tabel 1.2
Volume Penjualan Mc Donald's Area Padang
Tahun 2017 – 2022

Tahun	Volume Penjualan	Pertumbuhan (%)
2017	1.560.113.601	
2018	1.743.593.604	11.76
2019	1.924.540.500	10.38
2020	1.560.403.050	-18.92
2021	1.679.402.030	7.63
2022	1.867.600.400	11.21

Sumber: HRD Mc Donald's (2023)

Pada tabel diatas terlihat terjadi peningkatan volume penjualan MC Donald's untuk seluruh produk makanan dan minuman yang mereka jual hingga akhir tahun 2019, dimana pada tahun tersebut volume penjualan Mc Donald's

dalam setahun mencapai Rp 1.924.540.500, namun ditahun 2020 ketika pandemi Covid 19 mencapai puncaknya volume penjualan Mc Donald's mengalami penurunan sebesar 18.92% menjadi Rp 1.679.402.030. Walaupun demikian di tahun 2021 hingga 2022 volume penjualan Mc Donald's kembali meningkat seiring dengan mulai terkendalinya wabah pandemi Covid 19 di Kota Padang.

Kota Padang merupakan salah satu kota yang kaya akan jenis makanan kuliner daerah, keberadaan Mc Donald's tentu menciptakan tingkat persaingan yang sangat ketat untuk menjadi pilihan utama bagi konsumen. Dalam rangka mengetahui sejauh mana keberhasilan Mc Donald's menciptakan keunggulan bersaing melalui proses inovasi produk, peningkatan kualitas pelayanan dan penguatan implementasi dimensi ekuitas merek maka dilakukan pra survei kepada 30 orang masyarakat yang pernah membeli dan mengkonsumsi produk Mc Donald's. Pemilihan responden dilakukan secara acak. Sesuai dengan hasil pra survei yang telah di lakukan diperoleh hasil terlihat pada Tabel 1.2 di bawah ini:

Tabel 1,2
Hasil Pra Survei Untuk Mengetahui Keunggulan Bersaing
Pada Produk Mc Donald's Mei 2023

No	Pernyataan	Setuju		Tidak Setuju		N
		Fi	%	Fi	%	
Keunggulan Bersaing						
1	Produk Mc Donald's memiliki kualitas rasa yang stabil	25	83.33	5	16.67	30
2	Produk Mc Donald's unik dan selalu menarik untuk di beli dan di konsumsi	12	40.00	18	60.00	30
Inovasi Produk						
3	Produk Mc Donald's berbeda dengan produk Cheese Burger lainnya	10	33.33	20	66.67	30
4	Produk Cheese Burger Mc Donald's memiliki citra rasa yang khas dan berbeda	12	40.00	18	60.00	30
Kualitas Pelayanan						
5	Petugas selalu memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat	25	83.33	5	16.67	30
6	Petugas di Mc Donald's selalu berpenampilan sopan dan rapi	28	93.33	2	6.67	30

No	Pernyataan	Setuju		Tidak Setuju		N
		Fi	%	Fi	%	
Ekuitas Merek						
7	Mc Donald's memiliki reputasi yang tinggi	27	90.00	3	10.00	30
8	Dimasa mendatang saya akan kembali mengunjungi Mc Donald's	11	36.67	19	63.33	30

Sumber: Hasil Pra Survei (2023)

Sesuai dengan hasil pra survei yang telah dilakukan pada 30 orang anggota masyarakat yang pernah mengunjungi dan membeli produk Mc Donald's terlihat 60% responden menyatakan tidak setuju pada pernyataan yang mengungkapkan produk Mc Donald's memiliki citra rasa yang khas atau berbeda dibandingkan pesaing. Selain itu 63.33% responden juga mengakui produk Mc Donald's hanya dapat dinikmati sekali-sekali sehingga sebagian besar konsumen masih merasa ragu untuk datang kembali ke Mc Donald's di masa mendatang. Fenomena yang terjadi tentu bertolak belakang dengan fakta yang menunjukkan terjadinya peningkatan penjualan produk *Cheese Burger* atau pun produk lainnya. Hasil pra survei tersebut menunjukkan keunggulan bersaing yang dilakukan oleh Mc Donald's belum mendapatkan pengakuan positif dari konsumen, jika kondisi tersebut terus di biarkan tentu eksistensi Mc Donald's dalam waktu mendatang akan terganggu. Oleh sebab itu penting bagi peneliti untuk mencoba mengamati sejumlah variabel yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing pada produk *Cheese Burger* Mc Donald's di Kota Padang.

Berdasarkan uraian ringkas fenomena dan sejumlah hasil penelitian terdahulu peneliti tertarik untuk kembali meneliti sejumlah faktor yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing, khususnya pada produk Mc Donald's di

Kota Padang. Penelitian ini memodifikasi hasil riset Putri (2018) penelitian ini menambahkan satu variabel berbeda yaitu ekuitas merek yang digunakan dalam penelitian Feriyanto, (2019). Perbedaan lainnya segmen usaha yang diteliti juga berbeda dari peneliti sebelumnya walaupun dilakukan di Kota yang sama. Penelitian ini bersifat empiris dan berjudul: **Pengaruh Inovasi Produk, Ekuitas Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Mc Donald's Padang.**

1.2 Perumusan Masalah

Sesuai dengan uraian latar belakang masalah dan fenomena maka diajukan beberapa permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada produk Mc Donald's di Kota Padang ?
2. Apakah ekuitas merek berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada produk Mc Donald's di Kota Padang ?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada produk Mc Donald's di Kota Padang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah yang diajukan, tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah:

1. Membuktikan dan menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada produk Mc Donald's di Kota Padang.

2. Membuktikan dan menganalisis pengaruh ekuitas merek terhadap keunggulan bersaing pada produk Mc Donald's di Kota Padang.
3. Membuktikan dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing pada produk Mc Donald's di Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian maka manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini nantinya adalah:

1. Bagi Praktisi

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan pihak pihak yang berkepentingan tentu terdapat sejumlah faktor yang mendorong terciptanya keunggulan bersaing dalam menjaga keberlanjutan usaha kuliner siap saji.

2. Bagi Akademisi

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau acuan bagi penelitian yang membahas permasalahan yang sama di masa mendatang.