

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini dunia bisnis semakin hari semakin berkembang. Hal ini membuat perusahaan tidak akan terlepas dari persaingan yang ada sehingga perusahaan dituntut untuk memberikan sistem pemasaran yang baik pada perusahaan yang bergerak dalam bidang industri ataupun jasa.

Di Indonesia salah satu bisnis yang mengalami perkembangan pesat dan merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis dalam bidang kuliner. Salah satu makanan yang berkembang pesat pada saat ini yaitu jenis makanan pedas. Makanan pedas sendiri merupakan makanan yang digemari masyarakat Indonesia, terutama di kalangan remaja. Persaingan yang sengit dapat dibuktikan dengan semakin banyaknya penyedia bisnis kuliner yang menyediakan dan menawarkan produk yang sama akan tetapi ada perbedaan dari segi pelayanan maupun harga dari masing-masing bisnis kuliner. Dengan demikian para pelaku bisnis kuliner ini harus selalu dapat melakukan sebuah inovasi bagi perusahaannya dan memberikan pelayanan yang maksimal kepada para konsumennya agar konsumen dapat merasakan kepuasan atas barang atau jasa yang telah mereka beli. (Umami et al., 2019)

Kepuasan konsumen merupakan suatu tanggapan dari konsumen atas kinerja yang telah diberikan sesuai dengan harapan pelanggan. Menurut Tjiptono (2014:355) kepuasan konsumen adalah evaluasi purnabeli antara persepsi terhadap kinerja alternatif produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan.

Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur perusahaan bagaimana hal ke depannya atau bahkan ada beberapa hal yang harus dirubah karena pelanggan merasa tidak puas atau dirugikan. Jika konsumen tidak puas tentunya konsumen tidak akan kembali lagi dan mungkin bisa juga mengeluhkan ketidakpuasannya kepada konsumen lain. Tentunya hal ini akan menjadi ancaman bagi pengusaha tersebut. Faktor-faktor yang dapat mendorong kepuasan konsumen menurut Daryanto dan Setyobudi (2014:53-54) diantaranya yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya dan kemudahan.

Harga merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Krisdayanto (2018:3) harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Harga merupakan faktor penting dalam penjualan. Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut.

Selain harga, kualitas produk juga penting karena kualitas produk sebagai penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian. Suatu hal yang harus diperhatikan dalam persaingan adalah bagaimana setelah konsumen menerima dan merasakan manfaat nilai dari suatu produk, konsumen tersebut telah memiliki perilaku royal, rasa puas dan komitmen terhadap produk tersebut (Mowen dan Minor, 2002).

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam sebuah bisnis kuliner. Menurut Kotler dan Keller (2016:440) kualitas pelayanan merupakan model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam bentuk harapan akan

layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan. Oleh karenanya kualitas layanan menjadi salah satu faktor penting bagi kehidupan sebuah restoran atau tempat makan, karena tanpa konsumen tidak ada transaksi jual beli antar keduanya.

Berbagai macam makanan dibuat dan diolah semenarik mungkin yang bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen. Kini mulai banyak bermunculan bisnis kuliner yang menawarkan produk makanan yang bisa terbilang unik, salah satunya adalah Mie Gacoan.

Mie gacoan adalah anak dari perusahaan PT. Pesta Pora Abadi yang berdiri pada awal tahun 2016 di Kota Malang, yang memiliki tagline “Mie Pedas Nomor 1 yang ada di Indonesia”. Mie Gacoan menjadi tempat bersantap mie terbaik terutama bagi pelajar dan mahasiswa, dimana mereka bisa nongkrong, hingga mengobrol santai bersama. Mie Gacoan sendiri diambil dari kata Gaco yang artinya jagoan atau andalan dalam Bahasa Jawa. Selain itu nama menu makanan dan minuman di restoran ini juga terbilang cukup unik dan lucu. Misalnya seperti, Mie Suit, Mie Hompimpa, Mie Gacoan, Es Gobak Sodor, Es Petak Umpet, Es Teklek hingga Es Sluku Bathok. Selain mie dan minuman Mie Gacoan menyediakan aneka dimsum yang cocok dipadukan satu sama lain. Meskipun namanya cukup unik dan bertema seperti nama permainan, Mie Gacoan banyak diminati masyarakat. Dan pada tahun 2022, Mie Gacoan kurang lebih mempunyai 100 outlet toko di Indonesia dengan mayoritas cabang berada di Pulau Jawa (Solopos.com 2022). Salah satu cabangnya yang terletak di Trajeng, Kecamatan Panggungrejo, Kota Pasuruan.

Namun fenomena yang terjadi beberapa bulan terakhir, dengan kisaran harga Rp.10.000 hingga Rp. 11.500 an per porsi beberapa konsumen yang memiliki porsi makan yang berlebih berpendapat porsi yang tidak sebanding dengan harganya jika dibandingkan dengan Mie Instan yang harganya dua kali lipat dari Mie Instan tersebut dan muncul pesaing baru yang harganya lebih murah. Sebagian konsumen juga mengeluhkan kualitas produk yang terdapat di Mie Gacoan mulai menurun seperti, tingkat kepedasan yang tidak konsisten serta rasa dan tekstur pada bumbu atau saus dimsum berubah. Sebagian konsumen mengeluhkan pelayanan yang diberikan oleh Mie gacoan masih belum maksimal. Beberapa konsumen mengeluhkan kurang cepatnya pelayanan dalam mengantarkan pesanan ke konsumen serta pelayan yang kurang sopan dan kurang ramah pada konsumen. Berdasarkan fenomena tersebut, pentingnya pelaku usaha dalam memperhatikan harga, kualitas produk serta kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Sehingga dari latar belakang yang telah diuraikan dan fenomena yang terjadi pada objek penelitian, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan mengambil judul “PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MIE GACOAN KOTA PASURUAN”. Agar dapat memberi masukan kepada perusahaan tersebut serta bisa digunakan sebagai acuan untuk kebijakan pengembangan Perusahaan.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas maka peneliti merumuskan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah harga, kualitas produk serta kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Kota Pasuruan ?
2. Apakah harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Kota Pasuruan ?
3. Apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Kota Pasuruan ?
4. Apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Kota Pasuruan ?
5. Apakah harga, kualitas produk serta kualitas pelayanan berpengaruh secara partial terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Kota Pasuruan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk serta kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Kota Pasuruan
2. Untuk mengetahui harga dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Kota Pasuruan

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Kota Pasuruan
4. Untuk mengetahui harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Kota Pasuruan.
5. Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk serta kualitas pelayanan secara partial terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Kota Pasuruan.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menguatkan teori yang ada, mengenai bagaimana pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

2. Secara Praktis

- a. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan perusahaan untuk menjaga kepuasan konsumen khususnya melalui harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan.
- b. Bagi para akademisi penelitian ini sebagai pengetahuan dan informasi guna memberikan pemahaman atas seberapa besar pengaruh penerapan harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.