

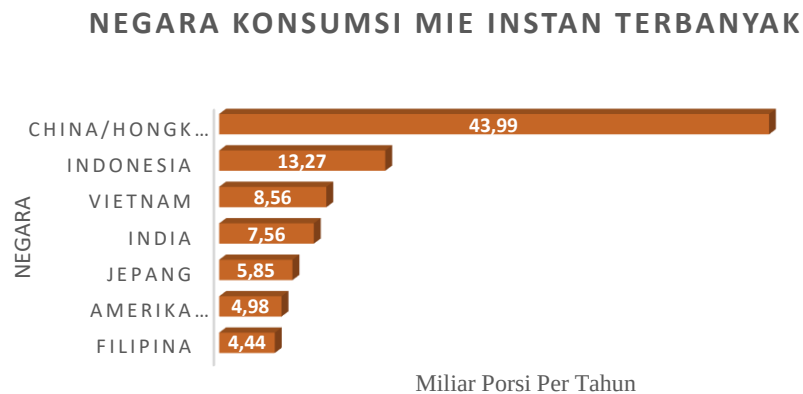
BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi yang semakin berkembang pada saat ini memberikan dampak pada pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Salah satunya yaitu dengan hadirnya berbagai usaha kuliner dengan keunikan dan keunggulannya. Usaha kuliner ini sangat diminati oleh berbagai kalangan, terutama untuk generasi milenial dan generasi Z saat ini. Salah satu makanan yang banyak diminati di Indonesia adalah makanan yang mempunyai cita rasa pedas. Tingginya jumlah bisnis kuliner makanan pedas di Indonesia telah memicu persaingan yang ketat di antara para pelaku usaha. Oleh karena itu, para pelaku usaha kuliner dituntut untuk mengembangkan strategi yang menarik, termasuk dalam hal kualitas produk dan kualitas pelayanan. Sehingga banyak pelaku usaha ramai membuka bisnis kuliner berbahan dasar mie dan juga membuat pelaku usaha kian marak menjajakan produknya dengan berbagai macam keunggulan dan rasa pedas untuk menarik perhatian konsumen terkhusus para pecinta olahan mie pedas. Karenanya saat ini banyak restoran cepat saji yang menyediakan mie dengan cita rasa pedas seperti mie talk, mie kober, wizzmie, dan mie gacoan yang sedang naik daun dikalangan anak muda selain dari cita rasa yang pedas nikmat dengan keunggulan rasa yang berbeda dan tempat yang nyaman membuat kepuasan sendiri bagi konsumennya. Kuliner yang cukup banyak dan jenis kuliner yang ditawarkan beraneka ragam, mulai dari kuliner tradisional hingga kuliner nusantara maupun mancanegara. Salah

satunya jenis kuliner yang sedang digandrungi masyarakat dan cukup banyak dikonsumsi sebagai pengganti nasi yaitu makanan dengan bahan dasar Mie.

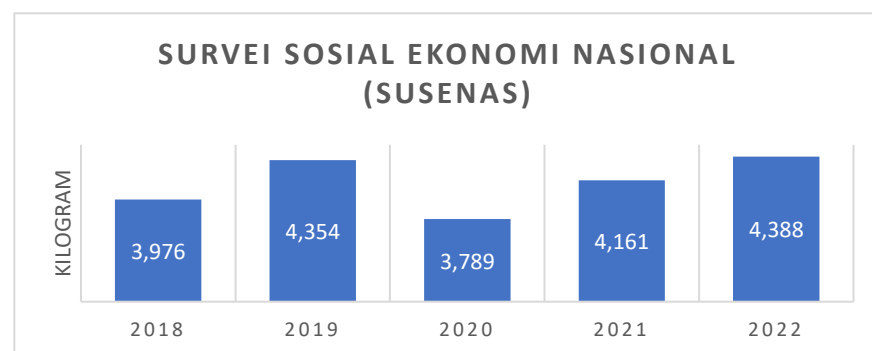


Gambar 1.1 Negara dengan konsumsi mie instan terbanyak

Sumber: World Instant Noodles Association (WINA)

Berdasarkan data World Instant Noodles Association (WINA), konsumsi mie instan Indonesia meningkat 4,98% menjadi 13,27 miliar bungkus pada 2021 dibanding tahun sebelumnya. Jumlah tersebut menempatkan konsumsi Indonesia merupakan yang terbesar kedua dunia setelah Tiongkok dengan konsumsi sebesar 43,99 miliar bungkus pada tahun lalu. Di sisi lain, hasil survei Pengeluaran untuk Konsumsi Penduduk Indonesia oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada Maret 2021 menunjukkan, penduduk Indonesia mengonsumsi 48 bungkus mie instan dalam setahun atau total seluruh Indonesia mencapai 13,2 miliar bungkus, dengan rata-rata berat per bungkus adalah 80 gram. Bahkan di tahun 2021, Indonesia sempat menduduki peringkat kedua sebagai negara yang paling banyak makan mie instan. Jumlah konsumsi ini terus meningkat di tahun 2022-2023.

Puncaknya tahun lalu, warga Indonesia mengonsumsi 14,5 juta porsi mie instan. Sehingga WINA kembali menempatkan Indonesia di posisi kedua dari 56 negara dengan konsumsi mie instan tertinggi di dunia. Dilihat dari data yang WINA rilis, kebanyakan peringkat teratas konsumen mie instan tertinggi ini dirajai oleh negara-negara di Asia. Misalnya di posisi tiga ada India dengan 8,8 juta porsi mie instan per tahunnya



Gambar 1.2 Masyarakat RI Konsumsi 4 Kilogram Cabai Pertahunnya

Sumber: Survei Sosial Ekonomi Nasional

Makan makanan pedas merupakan hobi bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Sebagai negara yang termasuk di kawasan Asia Tenggara, makanan-makanan asli Indonesia umumnya memiliki komponen cabai dalam bumbu masakannya. Alhasil, konsumsi cabai di kalangan masyarakat tanah air menjadi tergolong tinggi. Hal ini bisa dilihat pada rilis Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) dalam buku *Statistik Konsumsi Pangan Tahun 2022* terbitan Kementerian Pertanian RI. Dalam data tersebut, dapat terlihat bahwa pada tahun 2022, rata-rata masyarakat Indonesia mengonsumsi cabai cukup banyak, yaitu tembus di angka 4,388 kilogram per kapita pertahunnya. Angka konsumsi cabai di tahun tersebut bahkan telah mengalami peningkatan sebanyak 5,47% dibanding

pada tahun sebelumnya. Pada tahun 2021, rata-rata masyarakat Indonesia mengkonsumsi cabai di angka 4,161 kilogram per kapita pertahunnya.

Peningkatan ini dinilai cukup tajam, ketika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Seperti pada tahun 2018, konsumsi cabai masyarakat Indonesia berada di angka 3,976 kilogram per kapita pertahunnya. Selanjutnya terjadi peningkatan seperti di tahun 2019, dimana konsumsinya telah mencapai 4,354 kilogram per kapita pertahunnya. Momen pandemi Covid-19 menjadi titik balik dari peningkatan konsumsi cabai di tanah air. Pada tahun ini, terjadi penurunan konsumsi cabai menjadi 3,789 kilogram per kapita pertahunnya. Namun, tahun 2021 dan 2022 angkanya kembali meningkat seperti keterangan di atas.

Restoran cepat saji dengan menyediakan mie pedas yang saat ini sedang populer beberapa waktu belakangan ini yaitu Mie Gacoan. Mie Gacoan sendiri merupakan sebuah merk dagang dari jaringan restoran mie pedas No.1 di Indonesia, PT. Pesta Pora Abadi merupakan induk dari restoran Mie Gacoan. Mie Gacoan berdiri pada awal tahun 2016 bertempat pertama kali di Kota Malang, Jawa Timur. Sering disebut *price to quality* terbaik di kelasnya. (Sholikhah, 2023). Mie Gacoan terkenal dengan cita rasa pedas dengan tingkat level kepedasan yang dapat disesuaikan dan menjual produk lainnya berupa dimsum dan berbagai macam minuman tentu membuat konsumen terutama para remaja merasa puas akan kualitas produk yang disajikan oleh Mie Gacoan.

Pada awal bulan Desember 2022, Mie Gacoan mengumumkan di website resminya Miegacoan.com bahwa bahan baku yang digunakan telah menerima

sertifikasi halal dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. Tidak hanya itu menu makanan dari Mie Gacoan tidak menggunakan unsur nama kesetanan lagi hal itu yang dianggap tidak halal oleh pelanggan. Para pelanggan tentunya senang karena ini membuat mereka tidak meragukan lagi produk yang disajikan tersebut halal. Konsumen akan memeriksa semua informasi saat mereka akan membeli barang. Mie Gacoan tidak hanya menawarkan produk saja namun strategi pemasaran yang digunakan Mie Gacoan mampu menarik pelanggan dengan jumlah lebih. Strategi pemasaran yang digunakan Mie Gacoan yaitu dengan aktif mempromosikan di sosial media terutama pada sosial media Instagram dan TikTok. Pengguna Instagram dan TikTok sebagian besar yaitu kalangan generasi milenial dan generasi Z. Generasi milenial dan generasi Z saat ini senang membagikan aktivitasnya di sosial media termasuk saat mengonsumsi Mie Gacoan baik secara dine in maupun takeaway. Dengan adanya hal tersebut, konsumen Mie Gacoan membantu mengenalkan produknya ke masyarakat lebih luas. Mie Gacoan menawarkan produknya dengan harga yang terjangkau dan dapat menjaga kualitas produk yang dimiliki.

Kehadiran Mie Gacoan di kota Surabaya membuat pemenuhan kepuasan konsumen dengan memahami apa yang dibutuhkan pembeli baik dari kualitas produk maupun kualitas pelayanan. Tingkat kualitas produk dan kualitas pelayanan Mie Gacoan cukup mengagumkan dan cukup mempengaruhi kepuasan konsumen, dikarenakan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang memuaskan merupakan salah satu faktor yang dapat menentukan keberhasilan dan kualitas suatu usaha (Rizky Maulana, 2024). Maka dari itu banyak restoran cepat saji bermunculan dan

berusaha bersaing untuk meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan mereka dengan tujuan membuat konsumen merasa lebih puas dan setia terhadap restoran tersebut (Gunawan et al., 2022).

Kualitas produk menjadi faktor utama dalam menentukan kepuasan konsumen karena tidak hanya menstabilkan kualitas, namun juga mengembangkan produk tersebut (Laili & Budiarti, 2023). Menurut Firman (2020), kualitas produk merupakan sebuah kemampuan pada perusahaan yang memiliki fungsi seperti daya tahan, keunggulan atau keandalan, serta kemudahan dalam operasi dan perbaikan. Menurut Laili & Budiarti, (2023), kualitas produk juga dapat menjadi faktor penentu pada kepuasan pelanggan dalam pembelian suatu produk. Jika suatu produk memiliki kualitas yang baik maka kebutuhan serta keinginan konsumen dapat dipenuhi. Mie Gacoan memberikan kualitas yang baik serta sesuai dengan harga yang telah ditetapkan perusahaan, oleh karena itu Mie Gacoan tetap memiliki banyak peminat ditengah-tengah persaingan mie pedas lainnya. Kualitas produk menjadi salah satu faktor yang berpengaruh dalam mendorong kepuasan pelanggan untuk memenuhi harapan dan keinginan konsumen serta menggambarkan sejauh mana produk dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Selain kualitas produk kualitas pelayanan juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen (Safira et al., 2023). Menurut Suwarsito & Sabeli (2020), mendefinisikan kualitas layanan sebagai segala jenis kegiatan yang memiliki karakter tak terlihat yang terjadi ketika ada interaksi antara staf dan klien yang dilakukan oleh bisnis penyedia layanan. Sedangkan menurut Ariani (2020), kualitas pelayanan merupakan kualitas dapat ditentukan oleh pelanggan, dan di mana

seorang pelanggan yang menginginkan sebuah produk maupun jasa yang akan sesuai dengan adanya kebutuhan dari harapan yang ada tingkatan sebuah nilai produk. Pelayanan yang berkualitas menjadi peran penting dalam menciptakan kepuasan konsumen, dikarenakan kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan (Laili & Budiarti, 2023). Oleh karena itu kepuasan konsumen menjadi isu penting yang harus menjadi fokus perusahaan.

Mie gacoan dalam sistem pelayanannya menawarkan serangkaian layanan yang cukup lengkap termasuk WiFi, toilet, tempat ibadah, tempat parkir, pemesanan yang dapat dilakukan melalui online seperti Gofood sehingga dapat memudahkan pelanggan dalam melakukan pembelian. Namun terdapat juga konsumen yang mengeluhkan terkait kualitas pelayanan yang ada pada Mie Gacoan seperti dari waktu tunggu yang lama pada pemesanan langsung atau melalui aplikasi gofood, layanan kasir yang disediakan kurang sehingga antrean konsumen menjadi panjang karena jumlah konsumen dengan layanan kasir yang disediakan tidak seimbang, dan rasa tidak sesuai karena makanan disiapkan sebelum dipesan membuat kualitas mie menjadi keras dan kurang baik untuk dihidangkan. Maka dari itu kualitas pelayanan pada suatu perusahaan harus dijaga dan perusahaan harus paham mengenai kebutuhan dan selera konsumen agar konsumen memenuhi harapan dan persepsi mereka atas produk dan layanan yang telah diberikan (Kusumawardani & Achsa, 2023).

Selain kualitas produk dan kualitas pelayanan teknologi dalam bisnis kuliner juga berpengaruh dalam menjangkau konsumen secara global dengan cepat dalam

waktu singkat serta menghemat biaya, waktu dan tenaga. Aplikasi di manfaatkan oleh Mie Gacoan untuk memperluas jaringan dan mempermudah pembelian konsumen salah satunya adalah melalui fitur gofood dalam aplikasi ojek online yang selalu terlihat di setiap outlet. Aplikasi tersebut memudahkan konsumen dalam melakukan pemesanan sekaligus dapat mempengaruhi tingkat penjualan pada produk Mie Gacoan. Ditambah lagi dengan adanya promo potongan harga dan gratis ongkir dengan syarat dan ketentuan yang berlaku, tentu banyak konsumen yang tertarik untuk melakukan pembelian melalui online.

Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan Fajar et al., (2023) menunjukkan variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian dahulu yang dilakukan oleh Deni et al., (2023) menyatakan bahwa Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ayu Alifia et al., (2023) menyatakan bahwa kualitas produk mampu berpengaruh positif kepuasan konsumen. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewa Tegar et al., (2022) menunjukkan bahwa variabel kualitas produk kurang mempengaruhi kepuasan konsumen dikarenakan banyak faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan Fadhil et al., (2023) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian terdahulu oleh Kusuma & Achsa (2023) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan pada penelitian

yang dilakukan oleh Malik Ibrahim et al., (2019) kualitas pelayanan belum dapat membuktikan keterikatan dari kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian ini penulis tertarik untuk meneliti Mie Gacoan Cabang Kenjeran 2 Surabaya sebagai objek penelitian, karena Cabang Kenjeran 2 Surabaya termasuk cabang yang baru saja dibuka pada Jum'at, 11 Agustus 2023 dan beberapa tahun terakhir banyak kalangan dari generasi milenial dan generasi Z yang membeli Mie Gacoan. Hal tersebut menghasilkan peningkatan volume penjualan Mie Gacoan yang dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu strategi pemasaran digital dan harga yang ditawarkan, kualitas produk yang dijual dan kualitas pelayanan yang ditawarkan. Selain itu penelitian ini juga untuk mengetahui kepuasan konsumen bagi pelanggan yang melakukan pembelian di Mie Gacoan cabang Kenjeran 2 Surabaya. Kepuasan konsumen adalah faktor kunci yang menentukan seberapa sukses perusahaan dalam hubungan pelanggan. Oleh karena itu sangat penting untuk mengukur seberapa berpengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan bagian utama dan akan menjadi salah satu tujuan paling kritis, dikarenakan perusahaan berusaha untuk membentuk hubungan jangka panjang dengan konsumen yang terfokus sebagai prioritas utama.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MIE GACOAN CABANG KENJERAN 2 SURABAYA”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang dikemukakan oleh peneliti diatas, maka rumusan masalah yang akan menjadi fokus penelitian antara lain:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Cabang Kenjeran 2 Surabaya?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Cabang Kenjeran 2 Surabaya?
3. Apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Cabang Kenjeran 2 Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah yang telah dikemukakan oleh peneliti diatas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Cabang Kenjeran 2 Surabaya?
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Cabang Kenjeran 2 Surabaya?
3. Untuk mengetahui apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Cabang Kenjeran 2 Surabaya?

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian tujuan penelitian yang dikemukakan oleh peneliti diatas, maka manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Mie Gacoan Cabang Kenjeran 2 Surabaya sebagai bahan masukan dalam meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

2. Bagi Peneliti

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya sebagai acuan atau refrensi dan sebagai bahan pertimbangan da juga perbandingan untuk melakukan penelitian lain yang sejenis.

3. Bagi Konsumen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada konsumen mengenai apa saja produk dan pelayanan yang diberikan oleh Mie Gacoan Cabang Kenjeran 2 Surabaya.

4. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya terutama penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Mie Gacoan Cabang Kenjeran 2 Surabaya.