

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mie merupakan salah satu makanan alternatif pengganti nasi yang disantap oleh masyarakat umum. Mie populer di kalangan masyarakat karena harganya yang murah serta kemudahan penggunaan dan penyajiannya. Pasta mengandung banyak karbohidrat yang memberikan banyak energi pada tubuh, sehingga pasta dapat digunakan sebagai pengganti nasi.

Di era globalisasi saat ini, perkembangan kehidupan bisnis, termasuk bisnis kuliner, sangat pesat. Usaha ini berkaitan dengan salah satu kebutuhan dasar manusia yaitu kebutuhan gizi manusia. Makanan diperlukan bagi mereka yang ingin memastikan kelangsungan hidup karena merupakan kebutuhan dasar. Seperti yang kita ketahui, perkembangan kuliner Indonesia semakin beragam, khususnya di kota Bekasi.

Restoran adalah salah satu bisnis yang sangat menguntungkan. Saat ini banyak sekali restoran di Indonesia yang menawarkan makanan khas, salah satunya restoran Mie Gacoan. Mie Gacoan merupakan sebuah restoran mie yang menawarkan kualitas, layanan dan harga terbaik dikelasnya. Mie gacoan merupakan tempat makan mie paling enak terutama untuk mahasiswa dimana mereka bisa nongkrong, mengerjakan tugas, ngobrol santai dengan teman. Mie Gacoan dalam Bahasa Jawa gacoan berarti jagoan atau andalan. Dengan kata lain, termasuk keinginan untuk menyediakan mie terbaik yang pernah ada. Konsep

yang ditawarkan Mie Gacoan memiliki nuansa kekinian yang tiada duanya. Mie gacoan sebenarnya tidak ada bedanya dengan mie pedas yang sudah terkenal. Tingkat ketajaman dapat dipilih secara bebas sesuai dengan preferensi konsumen. Istilah yang diberikan untuk tiap levelnya cukup unik, mulai dari angel, setan, hingga iblis. Konsumen yang tidak menyukai rasa pedas bisa pesan mie angel yang di sesuaikan tanpa cabai sama sekali.

Fenomena mie gacoan yang membuat diminati pelanggan tidak menutup kemungkinan dari harga, Alasan pertama Mie Gacoan begitu digemari wisatawan adalah karena harga produknya yang sangat terjangkau untuk berbagai kalangan. Biaya produksi dan harga pokok produk berbeda-beda di setiap toko, namun Mie Gacoan menganut sistem subsidi timbal balik yang cukup menguntungkan bagi toko yang menangani barang-barang berharga mahal. Tidak hanya harganya yang murah, Mie Gacoan juga memiliki merek yang sesuai dengan segmen pasarnya. Branding yang digunakan dimulai dengan penetapan logo, nama dan lokasi, dengan masing-masing cabang menggunakan konsep yang sama. Banyak kompetitor yang melakukan bisnis serupa, namun Mie Gacoan bertahan hingga saat ini karena keuletannya. Bahkan, banyak dari pesaing tersebut yang gulung tikar sehingga membuat Mie Gacoan menjadi topik utama untuk diingat saat ingin mencoba makanan pedas, khususnya olahan mie. FOMO (*Fear of Missing Out*) adalah fenomena dimana orang takut ketinggalan tren dan fenomena yang sedang hangat dibicarakan. Kini, Mie Gacoan memanfaatkan sifat FOMO masyarakat untuk memastikan produknya selalu diminati masyarakat. Bahkan mereka yang belum pernah makan Mie Gacoan pun mempertimbangkan untuk membelinya..

Namun dibalik ramainya Mie Gacoan terdapat ada kendala yang membuat beberapa konsumen atau pelanggan Mie Gacoan di Kota Bekasi merasakan tidak puas terhadap Mie Gacoan, menurut hasil data prasurvey konsumen atau pelanggan merasa tidak puas terhadap Mie Gacoan karena antrian yang selalu ramai dan begitu panjang, sehingga konsumen atau pelanggan menjadikan salah satu alasan tersebut sebagai reaksi tidak puas. Namun dibalik ketidakpuasan tersebut Mie Gacoan dapat memberikan beberapa faktor-faktor yang dapat membuat konsumen atau pelanggan puas terhadap Mie Gacoan diantaranya adalah Kualitas produk, Kualitas Layanan, dan Harga.

Salah satu faktor yang menentukan keberhasilan dan kualitas suatu perusahaan adalah kualitas produknya. Kualitas produk merupakan aspek penting dan harus diterapkan di perusahaan. Kualitas produk yang baik memungkinkan kami untuk meningkatkan produk kami. Menurut Herlambang (2014), kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, akurasi, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, dan karakteristik berharga lainnya. Ketika konsumen menilai apakah kualitas itu baik atau buruk dan menilai berdasarkan indra konsumen. Suatu produk dianggap berkualitas tinggi jika memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli. Mie Gacoan sangat mementingkan kualitas produknya, dan kontrol yang ketat selalu dilakukan mulai dari kedatangan bahan dengan prinsip *first-in, first-out* hingga proses memasak pasta. Mie Gacoan menawarkan tiga jenis menu mie. Yang pertama adalah mi setan pedas dengan tiga jenis kecap, cocok untuk selera manis dan pedas. Di sisi lain, "Mie setan" adalah mie asin-pedas yang cocok untuk

konsumen yang lebih menyukai rasa asin-pedas. Mie Gacoan menawarkan menu Mie Angel yang tidak pedas bagi konsumen yang tidak menyukai makanan pedas. Ciri khas Mie Gacoan adalah aromanya yang unik, mi berukuran kecil, topping bakso ayam yang mengenyangkan, dan rasa yang melekat di lidah. Selain itu konsumen yang membeli pasta dapat menentukan tingkat kepedasannya dengan memilih tingkat kepedasan yang sudah tersedia. Mie Gacoan juga terus berinovasi sesuai dengan kebutuhan, preferensi dan tren konsumen saat ini.

Selain kualitas produk, kualitas pelayanan Mie Gacoan juga sangat baik dan memadai sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Salah satu faktor yang menentukan keberhasilan dan kualitas suatu usaha adalah kualitas pelayanan yang prima dan memuaskan. Menurut Himawan B et al., Zulian Yamit (2016), “Konsumen tetap loyal terhadap pelayanan yang diberikan dan memilih untuk melakukan pembelian secara kontinyu, sehingga kualitas pelayanan yang memuaskan berdampak positif bagi bisnis, untuk itulah Mie Gacoan hadir untuk melayani Anda. Wi-Fi, toilet, musholla, tempat besar dan selalu bersih, parkir luas, pemesanan online melalui Go-Food, *takeaway food*, dan pelayan yang cepat dan ramah dari kasir hingga server staf dan tim produksi. Selain itu, Mie Gacoan akan menampilkan *live music* pada hari-hari tertentu. Hal itu dilakukan Mie Gacoan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Selain dua hal tersebut, popularitas Mie Gacoan juga dipengaruhi oleh harga. Menurut Kotler, Sunyoto (2019), harga adalah jumlah yang dibebankan untuk suatu produk tertentu. Porsi besar Mie Gacoan pasti memuaskan konsumen. Konsumen dapat menikmati Mie Gacoan dengan harga kurang dari Rp 10.000 per

porsi dan dapat menikmati varian rasa dari yang sudah tidak pedas hingga pedas yang disebut mie iblis.

Dalam penelitian ini akan menggunakan metode pengambilan sampe *non-probability sampling* karena tidak diketahui data pelanggan pada Mie Gacoan di Kota Bekasi dan menggunakan rumus roscoe dengan perhitungan 4 variabel yang digunakan, maka rumus yang didapat:

$$n = 10 \times k \text{ (variabel yang digunakan)}$$

$$n = 10 \times 4$$

$$n = 40$$

berdasarkan rumus roscoe jumlah responden yang didapat sebanyak 40 responden untuk menguji validitas dan reliabilitas, sedangkan untuk uji analisis lainnya akan menggunakan 250 responden agar hasil penelitian yang didapat lebih baik.

Berdasarkan penjelasan di atas maka penulisan ini tertarik untuk penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Kota Bekasi”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah yang didapat sebagai berikut:

1. Apakah Kualitaas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Kota Bekasi ?

2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Kota Bekasi ?
3. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Kota Bekasi ?
4. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Kota Bekasi ?

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini membatasi permasalahan dengan hanya membahas variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X1), Kualitas Layanan (X2), dan Harga (X3) yang dapat mempengaruhi variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan (Y) Mie Gacoan Di Kota Bekasi Di Masa Pandemi. Dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada 250 orang responden yang memenuhi kriteria dan pelaksanaan penelitian ini dilakukan dari bulan Maret 2023 sampai Januari 2024

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Kota Bekasi
2. Mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Kota Bekasi.

3. Mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Kota Bekasi.
4. Mengetahui pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Kota Bekasi.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Manfaat Teoritis

Dengan menyusun dan menyelesaikan penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan secara teoritis bagi penulis tentang Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.

2. Manfaat Praktis

Bagi Masyarakat, Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan informasi dan bahan evaluasi terkait variabel yang digunakan Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan sehingga dapat memudahkan masyarakat atau konsumen untuk melakukan pembelian Mie Gacoan. Bagi Peneliti Selanjutnya, Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber referensi untuk peneliti lebih lanjut, terutama mengenai penelitian Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. Bagi Perusahaan, Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi dan masukan bagi pihak perusahaan Mie Gacoan untuk

mengetahui variabel Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.

