BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era sekarang ini, berbagai usaha kuliner dengan keunikan dan keunggulan bermunculan secara pesat, karena usaha ini sangat menjanjikan akibat pola masyarakat yang gemar membeli makanan cepat saji. Mulai dari berbagai makanan khas daerah sampai dengan karakteristik yang berbeda berdasarkan kondisi saat ini banyak sekali bermunculan Kurniawati (2020:1). Perkembangan usaha kuliner ini disertai dengan banyaknya restoran yang bermunculan, baik restoran biasa maupun restoran cepat saji. Saat ini usaha restoran cepat saji di Indonesia terus berkembang, bahkan bisnis ini mulai menjamur di kota. Produk makanan cepat saji (*Fastfood*) sangat dipilih masyarakat perkotaan karena kepraktisannya dalam mengonsumsi makanan tersebut. *Fastfood* sendiri telah menjadi gaya hidup ciri masyarakat yang modern Widaningrum (2021:214).

Salah satu makanan cepat saji di Kota Bekasi, khususnya di Mustika Jaya ialah Mie Gacoan. Sebuah merek dagang dari anak perusahaan PT Pesta Pora Abadi, merupakan restoran mie yang memberikan *price to quality* terbaik di kelasnya. Mie Gacoan menjadi tempat bersantap Mie terutama bagi pelajar dan mahasiswa, dimana konsumen bisa nongkrong, ngerjain tugas, nongkrong dan ngeksis bareng.

Daya konsumsi makanan siap saji yang tinggi membuat bisnis Mie Gacoan ini berkembang cukup pesat di kalangan masyarakat. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk selalu memberikan kualitas pelayanan dan harga yang baik supaya terciptanya kepuasan konsumen Sukmawati (2017:10). Dalam era persaingan yang semakin ketat, kepuasan konsumen menjadi faktor utama yang memengaruhi kesuksesan suatu perusahaan.

Perusahaan yang mampu memberikan harga dan kualitas pelayanan yang memenuhi harapan konsumen memiliki peluang yang lebih besar untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar Kotler & Amstrong (2017:31).

Mie Gacoan sangat ramai di kunjungi para konsumen khususnya para pecinta makanan pedas karena Mie Gacoan terkenal dengan makanan pedasnya. Mie Gacoan melakukan inovasi dari produk mie yang awalnya biasa-biasa saja di olah menjadi mie dengan cita rasa baru, yaitu cita rasa pedas yang menjadi ciri khas mie gacoan itu sendiri, mulai dari rasa pedas yang biasa-biasa saja, sedang, sampai rasa pedas yang menantang. Restoran Mie Gacoan menyediakan menu mie dengan tingkat level kepedasan yang berbeda-beda sesuai dengan keinginan konsumen, jadi konsumen bisa menentukan pilihan sendiri untuk menikmati mie sesuai tingkat atau level kepedasan yang mereka inginkan.

Menurut Indrasari (2019:82) kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Kepuasan Konsumen yaitu tingkat perasan senang atau kecewa setelah membandingkan jasa/produk yang diterima dan yang diharapkan Zulkarnaen, et al (2018:109).

Berdasarkan hasil prasurvei yang dilakukan oleh peneliti kepada 30 responden yang sudah pernah melakukan pembelian lebih dari satu kali di Mie Gacoan, didapatkan informasi yang dapat dilihat pada tabel 1.1

Tabel 1. 1

Hasil Pra-Survei Kepuasan Konsumen

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dengan baik	9	21
2	Saya merasa puas dengan rasa mie yang disajikan sehingga saya akan berkunjung kembali	12	18
3	Saya merasa puas dengan rasa mie yang disajikan sehingga saya akan merekomendasikan kepada orang lain	9	21

Sumber : Data diolah, 2024.

Berdasarkan tabel 1.1 diketahui permasalahan pada kepuasan konsumen yang terdapat pada Mie Gacoan, 21 konsumen merasa kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan, 18 konsumen merasa tidak akan berkunjung kembali karena kurang

puas dengan rasa mie yang disajikan dan 21 konsumen merasa tidak akan merekomendasikan kepada orang lain karena kurang puas pada rasa mie yang disajikan. Dalam hal ini konsumen masih belum sepenuhnya puas pada Mie Gacoan.

Menurut Yafie, et al (2016:12) kualitas adalah fitur dan karakteristik dari suatu produk atau jasa yang membawa kemampuannya untuk menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan. Menurut Montung, et al (2015:680) pelayanan (*service*) adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Berdasarkan hasil prasurvei yang dilakukan oleh peneliti kepada 30 responden yang sudah pernah melakukan pembelian lebih dari satu kali di restoran Mie Gacoan, didapatkan informasi yang dapat dilihat pada tabel 1.2

Tabel 1. 2

Hasil Pra-Survei Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Pegawai Mie Gacoan memberikan senyum, sapa, sopan	9	21
2	Pegawai Mie Gacoan memperlakukan saya dengan ramah	9	21
3	Pegawai Mie Gacoan memberikan informasi menu	9	21
4	Pesanan saya datang dengan tepat waktu	9	21

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 1.2 diketahui permasalahan pada kualitas pelayanan yang terdapat pada Mie Gacoan, 21 konsumen merasa pegawai tidak memberikan senyum, sapa, sopan, 21 konsumen merasa pegawai tidak memperlakukannya dengan ramah. 21 konsumen merasa pegawai tidak memberikan inforrmasi menu, 21 konsumen merasa pesanan tidak datang dengan tepat waktu. Dalam hal ini kualitas pelayanan Mie Gacoan masih belum sepenuhnya baik.

Konsumen mengharapkan pelayanan yang baik, dengan begitu dari pihak

perusahaan harus memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Pelayanan yang tidak baik atau kurang memuaskan akan membuat konsumen merasa tidak nyaman dan membuat konsumen akan berpikir dua kali untuk datang kembali.

Sebaliknya, pelayanan yang baik maka akan meningkatkan kepuasan konsumen, membangun reputasi positif perusahaan, dan menciptakan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang. Selain kualitas pelayanan, harga juga merupakan faktor kunci dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Arianto (2018:83), ada dua cara untuk menjalan kualitas layanan memuaskan harapan pelanggan tepat waktu dan fokus pada pemenuhan kebutuhan dan persyaratan pelanggan.

Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler dan Keller. 2016:147). Harga juga sangat menentukan kepuasan konsumen karena dengan adanya produk yang murah dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Harga merupakan faktor yang sangat penting diperhatikan dalam pemasaran, bukan saja kualitas tetapi harga juga yang paling utama diperhatikan karena masyarakat kebanyakan lebih tertarik dengan harga yang murah.

Berikut adalah daftar harga produk Mie Gacoan tersaji pada tabel 1.3 di bawah ini :

Tabel 1. 3

Daftar Harga Produk Mie Gacoan

Makanan	Harga	Minuman	Harga
Mie Suit	Rp. 9.500	Es Gobak Sodor	Rp. 8.600
Mie Hompimpa	Rp. 9.500 – Rp. 10.500	Es Teklek	Rp. 5.900
Mie Gacoan	Rp. 10.500	Es Sluku Bathok	Rp. 5.900
Siomay	Rp. 8.600	Es Petak Umpet	Rp. 8.600
Udang Rambuatn	Rp. 8.600	Es Tea	Rp. 5.900
Udang Keju	Rp. 8.600	The Tarik	Rp. 6.400

Makanan	Harga	Minuman	Harga
Lumpia Udang	Rp. 8.600	Vanilla Latte	Rp. 7.700
Pangsit Udang	Rp. 9.500	Thai Tea	Rp. 7.700

Sumber : Data diolah, 2024

Saat ini Mie Gacoan sudah menjual 22 jenis makanan dan minuman mulai dari Mie, Dimsum, dan jenis minuman dingin dengan harga yang bervariasi. Harga Mie mulai dari harga Rp 10.000- Rp 11.000, Dimsum mulai dari harga Rp 9.000- Rp 10.000, dan Minuman dingin mulai dari harga Rp 4.000- Rp 8.000. Mie Gacoan juga beroperasi di Kota Bekasi mulai dari jam`09.00 – 24.00.

Berdasarkan hasil perbandingan harga yang dilakukan oleh peniliti terhadap beberapa kompetitor, berikut informasi yang dapat dilihat pada tabel 1.4

Tabel 1. 4

Perbandingan Harga Produk Mie Gacoan Kompetitor Bekasi

No	Nama Perusahaan	Macam-Macam Harga Produk	
		Makanan Mie	Minuman Es The
1	Mie Gacoan	Rp 10.500	Rp 5.000
2	Mie Judes	Rp 10.000	Rp 5.000
3	Mie Jebew	Rp 10.000	Rp 7.000
4	Mie *NewMind*	Rp 15.000	Rp. 8.000

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 1.4 berikut dapat dilihat banyaknya pesaing Mie Gacoan yang menawarkan produk yang sama kepada masyarakat khususnya di daerah Bekasi. Salah satu pesaing terberat adalah Mie Judes dan Mie Jebew dengan kualitas yang tidak berbeda namun dengan harga yang lebih terjangkau. Ketatnya persaingan bisnis di bidang kuliner membuat perusahaan meningkatkan kepuasan konsumen sebagai tujuan utama untuk memenangkan persaingan. Konsumen yang puas biasanya membeli kembali produk tersebut tanpa memikirkan untuk membeli produk pesaing.

Berdasarkan hasil prasurvei yang dilakukan oleh peneliti kepada 30 responden yang sudah pernah melakukan pembelian lebih dari satu kali di Mie Gacoan, didapatkan informasi yang dapat dilihat pada tabel 1.5

Tabel 1. 5

Hasil Pra-Survei Harga

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Harga produk Mie Gacoan terjangkau dengan pendapatan saya	12	18
2	Harga produk Mie Gacoan sesuai dengan kualitas produk yang saya rasakan	12	18
3	Harga produk Mie Gacoan lebih murah dibandingkan dengan competitor	9	21
4	Harga produk Mie Gacoan sesuai dengan manfaat yang saya rasakan	9	21

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 1.5 diketahui permasalahan pada harga yang terdapat pada Mie Gacoan, 18 konsumen merasa harga produk Mie Gacoan kurang terjangkau dengan pendapatannya, 18 konsumen merasa harga produk Mie Gacoan kurang sesuai dengan kualitas produk yang dirasakan, 21 Konsumen merasa harga produk Mie Gacoan tidak lebih murah dibandingkan kompetitor, 21 konsumen merasa kurang sesuai dengan manfaat yang dirasakan. Dalam hal ini harga Mie Gacoan masih belum sepenuhnya sesuai dengan keinginan konsumen.

Seperti penelitian terdahulu yang diteliti oleh Basir et al (2015:72), menunjukkan harga memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian yang telah disebutkan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mie Gacoan Bekasi Mustika Jaya”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Mie Gacoan ?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di restoran Mie Gacoan ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen terhadap Mie Gacoan.

1.3.2 Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

   Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi kepada pihak Mie Gacoan yang berada di Mustika Jaya untuk bertindak cepat pada masalah ini, apabila tidak di tindak lanjuti sesegera mungkin masalah yang ada di latar belakang penelitian, maka kemungkinan membuat kerugian bagi pihak Mie Gacoan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadikan pertimbangan bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut dengan topik permasalahan yang sama, yaitu tentang kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen di restoran makanan cepat saji Mie Gacoan di cabang manapun.

1.4 Ruang Lingkup dan Batasan Masalah

Kepuasan konsumen merupakan seorang pelanggan jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Dengan memahami perilaku konsumen secara tepat, perusahaan akan mampu memberikan kepuasan yang tepat sesuai keinginan konsumen, tujuan pembelian yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan sendiri ataupun dikonsumsi.

Mengingat begitu banyaknya masalah yang harus diatasi, agar peneliti ini dapat fokus membahas lebih tuntas dan mencapai sasaran, maka perlu membahas masalah :

1. Masalah penelitian dibatasi hanya pada faktor kualitas pelayanan dan harga yang mempengaruhi kepuasan konsumen.
2. Studi akan dilakukan kepada konsumen yang sudah pernah membeli Mie Gacoan.

1.5 Sistematika Pelaporan

Hasil dan pembahasan atas masalah penelitian akan dituangkan ke dalam sistematika pelaporan. Sistematika pelaporan hasil penelitian disusun terinci dalam 5 (Lima) bab dan sub bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup atau pembahasan masalah, dan sistematika pelaporan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi landasan teori yang berhubungan dengan penelitian ini serta hasil penelitian terdahulu tentang pengendalian kualitas. Dalam bab ini dimuat kerangka pemikiran yang menggambarkan pola pikir dan sistematika pelaksanaan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguaraikan desain penelitian mencakup metode penelitian yang digunakan, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis dan

sumber data yang digunakan, serta teknik pengumpulan data. Instrumen penelitian, serta metode analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil penelitian meliputi: gambaran umum Mie Gacoan deskripsi hasil penelitian, deskripsi sampel penelitian, deskripsi variabel penelitian, objek penelitian serta analisis data hasil analisis pengaruh kualitas pelayanan dan haga terhadap kepuasan konsumen di Mie Gacoan Mustika Jaya.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan simpulan hasil analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Mie Gacoan Mustika Jaya. Di samping itu juga saran yang perlu disampaikan sebagai rekomendasi kepada pihak Mie Gacoan sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam kualitas pelayanan dan harga di perusahaan tersebut.