

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Makanan adalah kebutuhan sehari-hari. Mie merupakan produk makanan yang sangat populer, banyak sekali diminati dan dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia, di Indonesia banyak berbagai jenis kuliner dengan berbahan dasar mie. Mulai dari berbagai makanan khas daerah sampai dengan karakteristik yang berbeda berdasarkan kondisi saat ini banyak sekali bermunculan (Kurniawati, 2020). Mie siap saji atau bisa di kenal dengan jenis, varian dan ide kreatif yang berbeda. Mie termasuk salah satu hidangan pokok yang disukai masyarakat. Belakangan ini olahan tepung tersebut banyak tampil dengan berbagai macam varian baru.

Salah satu wisata kuliner di Bali Utara, khususnya Kota Singaraja adalah kuliner Mie Gacoan. Sebuah merek dagang dari jaringan restoran mie pedas no 1 di Indonesia, yang menjadi anak perusahaan PT Pesta Pora Abadi. Berdasarkan informasi yang dikutip dari *website* Mie Gacoan disebutkan bahwa Mie Gacoan telah berdiri sejak awal tahun 2016, saat ini merek Mie Gacoan telah tumbuh menjadi *market leader*, utamanya di provinsi Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, Kepulauan Bali, dan sedang dalam jalur kuat untuk berekspansi menjadi merek terbesar nomor 1 secara nasional (miegacoan.com). Salah satu cabang Mie Gacoan di provinsi Bali yaitu rumah makan Mie Gacoan Cabang Singaraja yang berlokasi di Jl. A. Yani Banyuasri Singaraja merupakan restoran mie yang memberikan *price to quality* terbaik di kelasnya. Mie Gacoan menjadi tempat bersantap mie terbaik terutama bagi pelajar dan mahasiswa karena harganya yang

murah, tempatnya yang luas dan nyaman. Mie Gacoan mempunyai Visi “Menjadi merek restoran mie dengan jaringan terbesar di kelasnya”. Sedangkan Misinya adalah :

1. Menyediakan produk terbaik dengan harga yang sangat terjangkau untuk *customer* kelas menengah.
2. Menciptakan *customer experience* yang terbaik dan berkelanjutan.
3. Membawa nama Indonesia ke dalam peta *F and B* dunia.

Tidak heran lagi jika Mie Gacoan selalu ramai pengunjung karena menyediakan produk terbaik dengan harga yang sangat terjangkau selain itu pelayanan yang sangat bagus dan juga tempat yang sangat nyaman membuat Mie Gacoan selalu dapat menarik konsumen untuk berbelanja.

Tabel 1.1
Jumlah Transaksi Mie Gacoan Singaraja dari bulan Juli - Oktober 2022

Bulan	Jumlah Transaksi	Persentase
Juli	15.658	18,60%
Agustus	22.236	26,41%
September	20.425	24,25%
Oktober	25.850	30,71%

Sumber : Data Internal Mie Gacoan Singaraja 2022

Berdasarkan Tabel 1.1 terlihat bahwa terjadi ketidakstabilan jumlah transaksi Mie Gacoan Singaraja dari bulan Juli hingga Oktober 2022. Jumlah transaksi Mie Gacoan Singaraja mengalami kenaikan pada bulan Agustus selanjutnya mengalami penurunan pada bulan September dan kemudian mengalami kenaikan lagi pada bulan Oktober, namun penurunan yang terjadi pada bulan September tidak terlalu drastis tetapi kenaikan jumlah transaksi pada bulan Agustus dan Oktober cukup tinggi. Setelah dilakukan wawancara terhadap beberapa pengunjung, memperoleh hasil bahwa peningkatan jumlah transaksi pada bulan

Agustus dan Oktober disebabkan karena adanya peningkatan kepuasan pelanggan terhadap Mie Gacoan Singaraja. Selain data dari jumlah transaksi di Mie Gacoan, berikut terlampir data berdasarkan ulasan dari *platform* pesan antar makanan secara *online*.

Tabel 1.2 Ulasan dari *Platform* Pesan Antar Makanan Secara *Online*

<i>Go-Food</i>	<i>Grab Food</i>
	

Berdasarkan data dari berbagai *platform* seperti *Go-Food* dan *Grab Food*, Mie Gacoan Singaraja memiliki ulasan yang cukup baik. Pada aplikasi *Go-Food* Mie Gacoan Singaraja memiliki rating 4.6 dengan total jumlah orang yang memberi penilaian yaitu 4.000 orang. Sedangkan pada aplikasi *Grab Food*, Mie Gacoan memiliki rating 4.7 dengan total jumlah ulasan yaitu 3.804 penilaian. Dengan data berikut maka dapat dikatakan bahwa mayoritas pelanggan yang berkunjung ke Mie Gacoan Singaraja merasa puas setelah berkunjung.

Kepuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan pelanggan dan kinerja atau hasil yang dirasakan (Telagawathi, 2018). Kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan setelah mengkonsumsi suatu produk. Untuk

mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan Mie Gacoan, maka dilakukan penyebaran kuesioner awal terhadap 10 responden. Menurut Tjiptono (2019), terdapat empat indikator dalam kepuasan pelanggan diantaranya (Y₁) pembelian ulang, (Y₂) *word of mouth*, (Y₃) citra merek, (Y₄) menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama. Berikut hasil kuesioner awal terhadap 10 responden.

Tabel 1.3
Observasi Awal Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Skor Kepuasan Pelanggan				Total	Katagori
	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄		
1.	5	5	4	4	18	Sangat Tinggi
2.	5	5	5	5	20	Sangat Tinggi
3.	5	3	4	5	17	Sangat Tinggi
4.	4	3	5	5	17	Tinggi
5.	4	4	4	4	16	Tinggi
6.	5	5	5	4	19	Sangat Tinggi
7.	4	4	4	4	16	Tinggi
8.	4	4	5	5	18	Sangat Tinggi
9.	5	5	5	5	20	Sangat Tinggi
10.	3	5	4	4	16	Tinggi
Jumlah	44	43	45	45	177	Sangat Tinggi

Sumber : Data primer pra-riset, 2022

Dilihat dari Tabel 1.3 menunjukkan bahwa penilaian konsumen terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan Singaraja tergolong sangat tinggi. Indikator citra merek dan keputusan pembelian memiliki pengaruh terbesar terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil wawancara, tingginya kepuasan pelanggan disebabkan oleh kualitas pelayanan yang memuaskan dari pihak Mie Gacoan. Indrasari (2019:87) menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, nilai pelanggan dan faktor-faktor lain yang bersifat pribadi serta bersifat situasi sesaat. Penelitian ini hanya memfokuskan pada penggunaan variabel kualitas pelayanan dan harga yang

mempengaruhi kepuasan pelanggan. Karena berdasarkan hasil wawancara, dua faktor tersebut yang paling mendominasi dan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Mie Gacoan. Kepuasan pelanggan timbul dari kualitas pelayanan yang baik dari pihak Mie Gacoan Singaraja dan keterjangkauan harga yang ditawarkan.

Kualitas pelayanan adalah salah satu variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Pasuraman dalam jurnal Baswara (2022) kualitas pelayanan merupakan kualitas layanan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan para pelanggan atas layanan yang diterima. Kualitas pelayanan dikatakan sebagai kualitas jasa yang memberikan kepuasan pelanggan kepada penerima konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kentzi dkk (2020) menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dan penelitian yang dilakukan oleh Huang dkk (2019) menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Hamsia dkk (2020) menyatakan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Parasuraman dkk (2019) terdapat lima indikator dari kualitas pelayanan diantaranya yaitu (X_{1.1}) keandalan, (X_{1.2}) daya tanggap, (X_{1.3}) jaminan, (X_{1.4}) *emphaty*, (X_{1.5}) *tangible*. Berikut hasil kuesioner awal terhadap 10 responden.

Tabel 1.4
Observasi Awal Variabel Kualitas Pelayanan

No	Skor Kualitas Pelayanan					Total	Katagori
	X _{1.1}	X _{1.2}	X _{1.3}	X _{1.4}	X _{1.5}		
1.	4	4	5	4	5	22	Sangat Tinggi
2.	4	5	4	4	5	22	Sangat Tinggi
3.	3	4	5	3	4	19	Tinggi
4.	5	3	3	3	2	16	Tinggi
5.	4	3	3	3	4	17	Tinggi
6.	4	5	5	4	5	23	Sangat Tinggi
7.	4	4	4	4	4	20	Tinggi
8.	5	4	4	4	4	21	Sangat Tinggi
9.	5	5	5	5	5	25	Sangat Tinggi
10.	3	3	3	3	4	16	Tinggi
	41	40	41	37	42	201	Sangat Tinggi

Sumber : Data primer pra-riset, 2022

Berdasarkan Tabel 1.4 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan Mie Gacoan Singaraja tergolong sangat tinggi. Indikator *tangible* memberikan pengaruh terbesar pada kualitas pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan yang baik dan pemenuhan kebutuhan konsumen akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Zeithaml dan Binter (2018) yaitu faktor utama dalam menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan. Seperti yang sudah dijelaskan oleh Indrasari (2019:87) menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, nilai pelanggan dan faktor-faktor lain yang bersifat pribadi serta bersifat situasi sesaat. Dalam penelitian ini, selain menggunakan kualitas pelayanan sebagai faktor yang mempengaruhi mempengaruhi kepuasan pelanggan, harga juga merupakan salah satu hal yang penting dan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Harga merupakan ukuran nilai pada suatu yang berwujud maupun tidak untuk dirasakan fungsi dan kegunaannya. Penetapannya didasarkan pada manfaat

serta kualitas yang dimiliki baik dari segi produk serta pelayanan yang ditawarkan. Menurut Lupiyoadi (2018:136), harga memainkan peranan penting dalam bauran pemasaran, karena penentuan harga terkait langsung dengan pendapatan yang diterima oleh perusahaan. Keputusan penentuan harga juga sedemikian penting dalam menentukan seberapa jauh layanan/jasa dinilai oleh konsumen, dan juga dalam membangun citra. Penentuan harga juga memberikan persepsi tertentu dalam hal loyalitas. Gofur (2019) dalam penelitiannya variabel harga, kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kotler dan Armstrong (2018:345) menyatakan indikator yang mencerminkan harga adalah (X_{2.1}) keterjangkauan harga, (X_{2.2}) kesesuaian harga dengan kualitas produk, (X_{2.3}) daya saing, (X_{2.4}) kesesuaian harga dengan manfaat produksi, dan (X_{2.5}) harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan ketika harga tidak sesuai dengan kualitas dan konsumen tidak mendapatkan manfaat setelah mengonsumsi. Berikut hasil kuesioner awal terhadap 10 responden.

Tabel 1.5
Observasi Awal Variabel Harga

No	Skor Variabel Harga					Total	Katagori
	X _{2.1}	X _{2.2}	X _{2.3}	X _{2.4}	X _{2.5}		
1.	5	4	3	4	4	20	Sangat Tinggi
2.	4	4	3	3	3	17	Tinggi
3.	5	5	5	4	4	23	Sangat Tinggi
4.	5	4	4	3	4	20	Tinggi
5.	5	5	3	4	5	22	Sangat Tinggi
6.	4	5	4	4	5	22	Sangat Tinggi
7.	4	4	4	4	4	20	Tinggi
8.	5	5	4	4	5	23	Sangat Tinggi
9.	5	5	4	4	4	22	Sangat Tinggi
10.	4	4	5	5	4	22	Sangat Tinggi
	46	45	39	39	42	211	Sangat Tinggi

Berdasarkan Tabel 1.5 menunjukkan bahwa variabel harga Mie Gacoan Singaraja tergolong sangat tinggi. Indikator keterjangkauan harga memberikan pengaruh terbesar pada harga yang diberikan. Harga yang relatif terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk akan mempengaruhi kepuasan pada pelanggan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Indrasari (2019:87) menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, nilai pelanggan dan faktor-faktor lain yang bersifat pribadi serta bersifat situasi sesaat.

Mie Gacoan singaraja memberikan harga yang sangat terjangkau, harga varian mie di Mie Gacoan berkisar antara Rp. 10.500 sampai dengan Rp. 11.500, dan harga minuman berkisar dari Rp. 5.500 sampai dengan Rp. 11.000. Penetapan harga ini sesuai dengan salah satu misinya yaitu menyediakan produk terbaik dengan harga yang sangat terjangkau untuk *customer* kelas menengah. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wijaya (2017), yang menyatakan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun hasil penelitian tersebut berbeda dengan Rusdianto, (2020) yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah penelitian diatas maka dapat diajukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Singaraja”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

- (1) Terjadi ketidakstabilan jumlah pengunjung Mie Gacoan Singaraja pada bulan Juli s/d Oktober
- (2) Tingginya kepuasan pelanggan Mie Gacoan Singaraja, sehingga perlu diteliti faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan tersebut.
- (3) Adanya hasil penelitian sebelumnya yang tidak konsisten seperti yang sudah diuraikan pada latar belakang.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka dalam penelitian ini hanya akan memfokuskan pada permasalahan berkaitan dengan variabel kualitas pelayanan, dan harga serta pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan pada Mie Gacoan Singaraja.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, identifikasi dan pembatasan masalah, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

- (1) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan Singaraja?
- (2) Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Mie Gacoan Singaraja?
- (3) Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Mie Gacoan Singaraja?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh sebagai berikut:

- (1) Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan Singaraja
- (2) Menguji pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Mie Gacoan Singaraja.
- (3) Menguji pengaruh kualitas pelayanan dan Harga terhadap kepuasan pelanggan pada Mie Gacoan Singaraja.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- (1) Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pemahaman tentang ilmu pengetahuan di bidang Manajemen Pemasaran yang terkait dengan kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan.

- (2) Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak manajemen Mie Gacoan Singaraja dalam menentukan kebijakan melalui informasi yang didapat dalam penelitian ini, khususnya mengenai kualitas pelayanan, harga dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.