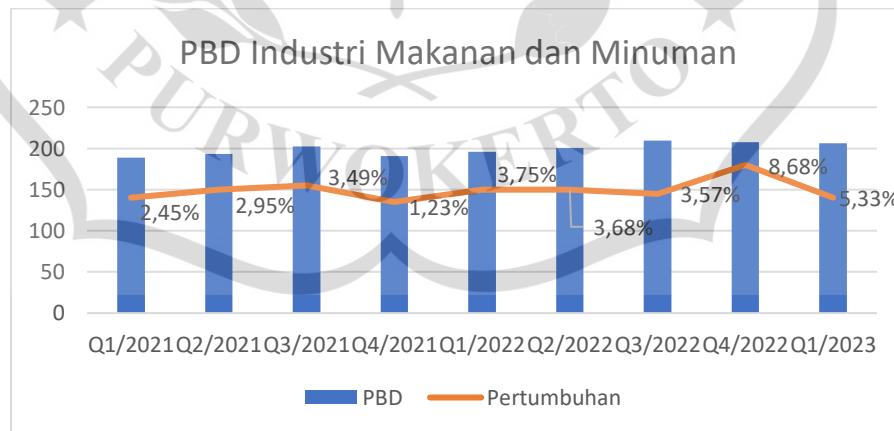


# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan industri kuliner di Indonesia saat ini sangat pesat, terutama pada bidang makanan dan minuman. Industri makanan dan minuman di Indonesia mengalami peningkatan sebesar Rp 209,19 triliun pada kuartal I/2023, nilai tersebut tumbuh 5,33% dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya sebesar Rp 195,75 triliun. Oleh karena itu, pembisnis melakukan berbagai cara seperti melakukan kreatifitas dan inovasi terhadap produknya agar produk tersebut terlihat menarik dan berbeda dengan yang lainnya yang bertujuan untuk memperoleh konsumen. Tidak hanya produknya saja akan tetapi pembisnis juga harus memikirkan kenyamanan untuk para konsumennya seperti pelayanan yang ramah, tempat yang nyaman dan cita rasa yang tidak berubah ubah. Hal ini bertujuan untuk menambah jumlah konsumen yang membeli produk tersebut (Sumber: dataindonesia.id, 2024)



Gambar 1.1 PBD Industri Makanan dan Minuman

(Sumber: dataindonesia.id, 2024)

Bisnis kuliner saat ini menjadi minat dan daya tarik bagi para pengusaha karena menawarkan banyak prospek yang menjanjikan. Pengusaha kuliner perlu lebih kreatif dan inovatif dalam memberikan pelayanan kepada konsumen agar terciptanya kepuasan (Mutiara et al., 2020). Banyak pembisnis yang membuka usaha kuliner dengan berbagai macam ciri khas maupun keunggulan kuliner tersebut. Kuliner yang saat ini digemari oleh masyarakat Indonesia salah satunya yaitu makanan pedas. Perkembangan bisnis kuliner makanan pedas yang bermunculan membuat para pembisnis bersaing ketat dengan bentuk persaingan yang berbeda-beda dan membuat strategi yang menarik baik dari segi kualitas produk, kualitas pelayanan dan cita rasa. Hal tersebut bertujuan agar menarik para konsumen untuk lebih memilih dan membeli produknya dibanding produk dari pembisnis lainya (Sumber: Pebriantika et al., (2022).

Makanan cepat saji (*fast food*) telah menjadi salah satu produk yang erat dengan masyarakat dunia, termasuk di Indonesia. Alasan mengapa makanan cepat saji (*fast food*) menjadi cukup populer di Indonesia, yaitu gaya hidup yang sibuk mendorong konsumen untuk mencari tempat makan dimana restoran cepat saji menjadi pilihan nomor satu karena makanan tersebut memiliki harga yang cukup terjangkau tidak hanya itu makanan cepat saji sangat digemari karena sifatnya yang praktis. Makanan cepat saji (*fast food*) adalah makanan yang dihidangkan dan dilayankan dengan waktu yang cukup cepat biasanya penyajian makanan hanya mencapai durasi 5-10 menit setelah pembeli memesan. Berdasarkan hasil penelitian, jumlah masyarakat Indonesia yang mengkonsumsi makanan cepat saji 69% (Sumber: wikipedia.org, 2023)

Kota Purwokerto tidak hanya dikenal sebagai kota wisata namun juga sebagai kota Pendidikan yang memungkinkan banyak pendatang dari luar kota bahkan luar Jawa sehingga memunculkan banyak sumber daya manusia yang kreatif dan inovatif. Faktor tersebut mendorong terciptanya pelaku bisnis untuk memulai bisnis baru maupun mengembangkan bisnis lama sebagai salah satu bentuk pertumbuhan ekonomi di Purwokerto. Salah satunya yaitu bisnis kuliner yang terkenal di Indonesia adalah Mie Gacoan atau bisa disebut juga Mie Pedas No 1 di Indonesia. Mie Gacoan telah didirikan pada awal tahun 2016 di Kota Malang dengan berjalannya waktu Perusahaan Mie Gacoan membuka berbagai cabang di beberapa kota besar di Indonesia salah satunya berada di kota Purwokerto. Kedai yang menyajikan mie dengan cita rasa pedas ini sangat populer diantara kedai yang menyajikan mie dengan cita rasa pedas lainnya. Mie Gacoan tidak pernah terlihat sepi, hal ini terlihat dari antrian pengunjung yang selalu panjang dan sangat ramai. Mie Gacoan mempunyai ciri khas yaitu mie dengan selera pedas dan kering tidak berkuah (Janah et al., 2022).

Mie Gacoan sempat viral pada kedai yang berada di cabang Cirebon, hal ini terjadi karena beredarnya video yang memperlihatkan adanya belatung dimakanan yang telah dihidangkan. Belatung tersebut berasal dari bahan baku cabai yang digunakan oleh kedai Mie Gacoan tersebut, fenomena pada kualitas produk ini membuat kedai Mie Gacoan diseluruh Indonesia memperbaiki kualitas produk dengan cara pemilihan dan penyediaan bahan baku (*supplier*) yang berstandar tinggi dan bersertifikasi, pengontrolan kualitas bahan baku yang diterima oleh kedai Mie Gacoan dan pelaksanaan SOP yang ketat demi terjaganya kualitas produk Mie Gacoan (Sumber: inews.id, 2024)

Menjaga kepuasan konsumen sangat penting dalam bisnis ini, karena hanya dengan mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen bisnis bisa bertahan dan berkembang. Demikian juga dengan fenomena kepuasan konsumen Mie Gacoan di Purwokerto, konsumen yang banyak mengakibatkan antian panjang, tidak hanya itu konsumen juga merasa kecewa karena pesanan yang tak kunjung datang karena karyawan mementingkan pemesan melalui aplikasi grab food. Hal ini mengakibatkan rasa kepuasan konsumen berkurang dan menimbulkan adanya fenomena kepuasan konsumen (Saputra, 2018).

Kepuasan konsumen juga sangat berpengaruh dalam bidang usaha terutama pada bidang kuliner. Apabila kepuasan konsumen tinggi, maka konsumen akan mempengaruhi konsumen lain untuk mencoba produk yang sama, hal tersebut terjadi karena adanya kepuasan konsumen. Menurut Kotler & Keller, (2016) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersiapkan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Kepuasan konsumen adalah bentuk dari suatu persepsi konsumen atas dasar pengalaman yang telah didapat, baik berupa harapan yang telah terpenuhi dimana produk dan pelayanan yang diberikan itu sangat memuaskan (Kusumawardani & Achsa, 2023).

Kepuasan konsumen dinyatakan memuaskan jika hasil kinerja sesuai dengan yang diharapkan yang membuat para konsumen merasa puas dan bahagia. Hal inilah yang mendorong konsumen untuk membeli suatu produk berulang kali. Jika kinerja tersebut tidak sesuai dengan harapan konsumen, maka mereka tidak akan merasa puas dan akhirnya tidak membeli kembali

Afriani & Pratama, (2022). Kepuasan konsumen merupakan salah satu kewajiban dalam perusahaan, selain menjadi salah satu faktor keberlangsungan perusahaan, terpenuhinya kebutuhan konsumen juga dapat meningkatkan keuntungan bersaing dalam bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan merupakan faktor kunci bagi Perusahaan yang ingin menghasilkan produk berkualitas Mariansyah & Syarif, (2020). Mengenai obyek penelitian, yaitu Mie Gacoan yang diproduksi dengan mengutamakan kualitas produk yang dijualnya. Adapun faktor-faktor yang berpengaruh pada kepuasan konsumen yaitu Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Cita Rasa.

Faktor pertama yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk. Menurut Kotler & Amstrong, (2016) kualitas produk adalah segala suatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dibeli, digunakan atau dikonsumsi untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Saat ini, semua produsen memahami peran penting kualitas produk yang luar biasa dalam memenuhi harapan pelanggan di semua aspek produk yang dijual ke pasar. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan, kemudahan, ketetapan, kemudahan operasi dan perbaikan atribut bernilai lainnya Daga, (2017). Kualitas produk dipengaruhi langsung oleh kinerja atau pelayanannya. Oleh karena itu, erat kaitanya dengan nilai dan kepuasan konsumen (Kusumawardani & Achsa, 2023).

Kualitas produk pada menu Mie Gacoan dapat dinilai dari segi tampilan, tekstur, rasa dan ukuran porsi. Mie Gacoan sangat mengutamakan kualitas produknya, dilihat dari banyaknya antrian yang panjang pada kedai Mie Gacoan. Mie Gacoan memiliki tekstur mie yang lebih kecil, kenyal dan

lembut dibandingkan dengan mie yang lainnya, toping pangsit dengan isian daging ayam dan rasa pedas yang khas menjadi pembeda mie gacoan dengan jenis mie yang lainya dan mie gacoan sangat diminati oleh konsumen. Hasil Penelitian dari Kusumawardani & Achsa, (2023), Rizki & Santoso, (2022), Asti & Ayuningtyas, (2020), Herce & Roni, (2022), dan Siregar et al., (2021) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun hasil penelitian dari Mariansyah & Syarif, (2020) dan Izzuddin & Muhsin, (2020) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Faktor kedua yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Menurut Kotler & Keller, (2016) menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan totalitas fitur dan karakter suatu produk atau pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas pelayanan merupakan tindakan seseorang kepada pihak lain melalui penyajian produk atau jasa sesuai selera, harapan dan kebutuhan mereka Tjiptono & Chandra, (2020). Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterimanya. Konsumen tentu mengharapkan pelayanan yang baik dan memberikan rasa kepuasan (Mariansyah & Syarif, 2020).

Kualitas pelayanan harus selalu dijaga dalam Perusahaan, kualitas pelayanan harus diberikan pada tingkat yang lebih unggul dari pesaing dan memuaskan para konsumen. Oleh karena itu, Perusahaan harus memahami kebutuhan dan selera konsumen untuk memenuhi harapan dan persepsi mereka terhadap produk dan pelayanan yang telah disediakan Kusumawardani &

Achsa, (2023). Konsumen juga sangat memperhatikan kualitas pelayanan, mengingat kebutuhan dan kepuasan mereka terhadap pelayanan merupakan kunci keberhasilan suatu Perusahaan dalam persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, Perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas baik agar berdampak pada kepuasan konsumen. Salah satu kedai yang harus memperhatikan kualitas pelayanan adalah kedai mie gacoan. kualitas pelayanan di kedai mie gacoan juga masih belum maksimal, kurang cepatnya pelayanan yang mengakibatkan antrian terlalu memanjang. Mie Gacoan harus berusaha memberikan kualitas pelayanan yang baik pada konsumennya, hal tersebut akan berdampak pada kepuasan konsumen mie gacoan, Pernyataan tersebut didukung oleh hasil penelitian Pebriantika et al., (2022), Kusumawardani & Achsa, (2023), Aribowo et al., (2022), Egar Zamb, (2022), Mariansyah & Syarif, (2020), dan Mutasim & Setiawan, (2019) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun hasil penelitian dari Asti & Ayuningtyas, (2020), Mahsyar & Surapati, (2020), Fatmawati et al., (2023) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Faktor ketiga yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah cita rasa. Menurut Drummond dan Brefere (2010) dalam Maimunah, (2019) menyatakan bahwa cita rasa merupakan suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari makanan tersebut. Cita rasa merupakan suatu ciri khas pangan yang meliputi kenampakan, bau, rasa, tekstur dan suhu. Rasa merupakan suatu bentuk kolaborasi dari kelima macam indra manusia: pengecap, penciuman,

perabaan, penglihatan dan pendengaran. Cita rasa sendiri merupakan hasil dari pengecapan yang terdapat pada lidah, pipi, tenggorokan dan lidah. Pebriantika et al., (2022). Konsumen selalu mengutamakan rasa. Apabila makanan yang ditawarkan sesuai dengan harapannya maka konsumen akan merasa puas. Janah et al., (2022). Cita rasa sangat berpengaruh pada perusahaan, oleh karena itu banyak perusahaan yang mengoptimalkan cita rasa pada setiap makanan. Hal ini menjadi salah satu penentu keberhasilan usaha dalam bidang makanan yaitu mie gacoan. Kedai mie gacoan yang memiliki level kepedasan, ciri khas rasa yang diberikan mie gacoan membuat para konsumen merasa puas. Adapun konsumen yang masih kurang puas terhadap cita rasa yang diberikan oleh kedai mie gacoan karena rasa yang disajikan terkadang masih berubah-ubah seperti tingkat kepedasan yang tidak konsisten. Pernyataan ini didukung oleh hasil penelitian Mutiara et al., (2020), Siregar et al., (2021), Prasasti & Maisara, (2022), Janah et al., (2022), Afriani & Pratama, (2022), dan Aribowo et al., (2022) menyatakan bahwa cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun hasil penelitian dari Pebriantika et al., (2022) & Fatmawati et al., (2023) menunjukkan bahwa cita rasa tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kusumawardani & Achsa, (2023) yang menggunakan variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan sebagai variabel yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terdapat penambahan pada variabel bebas. Dalam penelitian ini peneliti memasukan variabel cita rasa dari

penelitian Janah et al., (2022), karena variabel tersebut memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk meneliti **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN CITA RASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIE GACOAN DI PURWOKERTO”** untuk menganalisis dan menguji apakah variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Mie Gacoan Purwokerto.

### **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen di Mie Gacoan?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen di Mie Gacoan?
3. Apakah cita rasa berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen di Mie Gacoan?

### **C. Pembatasan Masalah**

Rumusan penelitian berdasarkan uraian latar belakang maka penulis melakukan pembatasan masalah:

1. Penelitian fokus menguji pengaruh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan cita rasa terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan di Purwokerto.

2. Penelitian ini dilakukan studi pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Penelitian pada bulan September 2023 – Juli 2024

#### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menganalisa pengaruh kualitas produk secara positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk menganalisa pengaruh kualitas pelayanan secara positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Untuk menganalisa pengaruh cita rasa secara positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian memiliki manfaat teoritis dan praktis sebagai berikut:

##### **1) Manfaat Teoritis**

Secara teoritis hasil dari penelitian ini diharapkan memiliki manfaat dan menambah pengetahuan dalam memberikan informasi terkait analisis kualitas produk, kualitas pelayanan, dan cita rasa terhadap kepuasan konsumen pada suatu objek yang diteliti. Penelitian ini dapat dijadikan referensi dan diharapkan bisa menjadikan ilmu yang dapat dimanfaatkan untuk menambah masukan penelitian selanjutnya terhadap permasalahan yang sama dengan didukung teori yang baru sesuai dengan masanya.

## 2) Manfaat Praktis

### a) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan masukan atau memberikan informasi untuk perusahaan agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kembali kualitas produk, kualitas pelayanan, dan cita rasa terhadap kepuasan konsumen.

### b) Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan menambah ilmu pengetahuan pada aspek manajemen, khususnya terkait kualitas produk, kualitas pelayanan, dan cita rasa terhadap kepuasan konsumen.

### c) Bagi Penulis

Penelitian ini menjadi tempat menerapkan ilmu pengetahuan yang telah dipelajari dibangku kuliah, untuk membandingkan teori dengan kenyataan dilapangan dan memperluas pengetahuan dalam dunia bisnis.