

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri kuliner di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Fenomena ini tidak terlepas dari perubahan gaya hidup masyarakat, khususnya generasi muda yang cenderung menjadikan aktivitas makan di luar rumah sebagai bagian dari kebutuhan sosial dan gaya hidup. Selain itu, kemajuan teknologi informasi dan media sosial turut mendorong popularitas berbagai merek kuliner lokal yang mampu menyajikan inovasi, baik dari segi produk, pelayanan, maupun konsep tempat makan.

Salah satu brand kuliner yang berhasil menarik perhatian masyarakat adalah Mie Gacoan, yang mana mie gacoan mampu menangkap peluang dari perkembangan industri kuliner di Indonesia. Dikenal sebagai restoran cepat saji yang menyajikan mie pedas dengan harga terjangkau, Mie Gacoan berhasil menempati posisi tersendiri di hati konsumennya, terutama kalangan pelajar, mahasiswa, dan pekerja muda. Cita rasa yang khas, nama menu yang unik, sistem pelayanan berbasis digital, serta suasana tempat yang *Instagramable* menjadi daya tarik utama dari Mie Gacoan.

Namun, dalam persaingan industri kuliner yang semakin ketat, keberhasilan suatu merek tidak hanya ditentukan oleh popularitas semata, tetapi juga oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan yang mampu

memenuhi ekspektasi konsumen. Kualitas produk mencakup aspek rasa, bahan baku, serta konsistensi mutu produk dan tampilan. Sementara itu, kualitas pelayanan mencakup kecepatan pelayanan, keramahan staf, kebersihan, kenyamanan, hingga kemudahan dalam sistem pemesanan.

Konsumen cenderung membuat keputusan pembelian berdasarkan pengalaman mereka terhadap kualitas produk dan pelayanan yang mereka terima. Jika konsumen merasa puas, maka kemungkinan besar mereka akan melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan kepada orang lain. Sebaliknya, jika produk tidak sesuai dengan harapan atau pelayanan yang kurang memuaskan, konsumen dapat dengan mudah beralih ke kompetitor lain. Seperti Minarko, Mie Nuklir dan Mie Marabo. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian menjadi sangat penting dalam pengembangan strategi pemasaran dan peningkatan kepuasan pelanggan.

Mie Gacoan sebagai brand yang sedang berkembang pesat, perlu melakukan evaluasi dan analisis terhadap faktor kualitas produk dan kualitas pelayanan, untuk memastikan bahwa strategi yang dijalankan telah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar. Dengan memahami sejauh mana pengaruh kedua faktor tersebut terhadap keputusan pembelian konsumen, maka perusahaan dapat merumuskan kebijakan yang lebih efektif dalam menjaga loyalitas konsumen dan meningkatkan daya saing.

Kualitas produk mencakup berbagai aspek, seperti rasa, kesegaran bahan baku, tekstur, dan penyajian. Dalam konteks Mie Gacoan, produk mie yang ditawarkan harus memiliki cita rasa yang unik dan konsisten, serta penyajian yang menarik agar dapat menarik perhatian konsumen. Konsumen yang merasa puas dengan kualitas produk cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang baik tidak hanya berkontribusi pada keputusan pembelian, tetapi juga pada pemasaran dari mulut ke mulut yang sangat berharga. (Ibrahim dan Thawil, 2019)

Kualitas produk dan pelayanan adalah dua elemen penting dalam menciptakan nilai bagi pelanggan. Mereka menekankan bahwa perusahaan harus fokus pada kedua aspek ini untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan adalah elemen penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Dalam industri kuliner, pelayanan yang cepat, ramah, dan responsif sangat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap merek. ketika konsumen merasa dihargai dan dilayani dengan baik, mereka lebih cenderung untuk kembali dan melakukan pembelian ulang. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang tinggi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya berkontribusi pada loyalitas pelanggan (Maimunah, 2020). Dalam konteks industri kuliner, pelayanan yang baik dapat menciptakan suasana yang menyenangkan, sehingga konsumen merasa nyaman dan puas selama berkunjung.

Keputusan pembelian merupakan hasil dari interaksi antara kualitas produk dan pelayanan. Bahwa keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, tetapi merupakan hasil dari kombinasi dua variabel. Konsumen yang merasa puas dengan kualitas produk dan pelayanan cenderung memiliki tingkat loyalitas yang lebih tinggi (Grandhis, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa usaha kuliner harus memperhatikan kedua aspek ini secara bersamaan untuk menciptakan pengalaman konsumen yang optimal. Dalam konteks usaha kuliner, jika konsumen merasa puas dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang mereka terima, mereka akan lebih cenderung untuk kembali dan merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain.

Mie Gacoan memiliki dua Cabang di Kota Padang, pertama di jalan khatib sulaiman no.66, kelurahan ulak karang selatan, kecamatan padang utara, mulai beroperasi pada 04 mei 2024 dan cabang kedua di jalan dr. Sutomo no.48, kelurahan simpang haru, kecamatan padang timur, mulai beroperasi pada 05 januari 2025. Berikut tampilan bangunan Mie Gacoan yang ada di jalan dr. Sutomo cabang marapalam.



Gambar 1. 1 Mie Gacoan Cabang Marapalam

Survei awal untuk penelitian ini di lakukan di cabang Mei Gacoan yang ada di jalan dr. Sutomo khususnya di daerah Marapalam, yang menjadi salah satu destinasi kuliner yang ramai dikunjungi. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk serta mengevaluasi kualitas pelayanan, maka dilakukan survei dengan menyebarkan kuesioner secara online melalui Google Form. Survei ini melibatkan 30 responden yang berupa mahasiswa aktif S1 manajemen yang pernah berkunjung ke Mie Gacoan cabang Marapalam. Hasil survei ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan pengembangan pelayanan agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen sebagaimana ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 1. 1 Hasil Pra-survei Pendahuluan

No	Variabel	Pertanyaan	Ya	Tidak	Jumlah
1	Kualitas Produk	a)Apakah Anda Puas dengan kualitas produk di Mie Gacoan Marapalam ?	28	2	30
		b) Apakah kualitas produk di Mie Gacoan marapalam selalu konsisten?	25	5	30
2	Kualitas Pelayanan	a)Apakah Karyawan di Mie Gacoan Marapalam ramah saat melayani?	29	1	30
		b)Apakah pelayanan yang diberikan membuat anda merasa nyaman?	28	2	30
3	Keputusan Pembelian	a)Apakah anda memilih Mie Gacoan marapalam karena rekomendasi orang lain?	25	5	30
		b)Apakah anda sering membeli makanan di Mie Gacoan marapalam ?	28	2	30
4	Harga	a)Apakah harga makanan di Mie Gacoan marapalam menurut anda terjangkau ?	28	2	30

		b)Apakah anda akan tetap membeli meskipun harganya sedikit naik ?	23	7	30
5	Cita Rasa	a)apakah anda menyukai cita rasa makanan di Mie Gacoan marapalam ?	25	5	30
		b)apakah rasa makanan sesuai dengan harapan anda ?	26	4	30
6	Fasilitas	a)apakah fasilitas seperti tempat duduk dan kebersihan di Mie Gacoan marapalam memadai ?	24	6	30
		b)Apakah tersedia tempat parkir yang cukup di Mie Gacoan marapalam ?	28	2	30
7	Lokasi	a)Apakah Mie Gacoan Marapalam mudah dijangkau dari lokasi anda ?	25	5	30
		b)Apakah Lokasi Mie Gacoan marapalam strategis menurut anda	27	3	30

Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan terhadap konsumen Mie Gacoan terutama pada Mahasiswa Universitas Dharma Andalas, khususnya pada jurusan S1 Manajemen, peneliti memilih kualitas produk dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen, dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Peneliti memilih variabel diatas berdasarkan total nilai yang terbesar dibandingkan variabel lainnya. Kualitas produk yang konsisten dan rasa yang sesuai harapan, menunjukkan produk yang berkualitas menjadi faktor utama yang menentukan pilihan konsumen. Selain itu, kualitas pelayanan yang ramah dan membuat konsumen merasa nyaman juga berkontribusi besar dalam membangun kepercayaan konsumen. Pelayanan yang baik akan menciptakan pengalaman positif dan juga mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Mie Gacoan Cabang Marapalam, Kota Padang?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Mie Gacoan Cabang Marapalam, Kota Padang?
3. Apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Mie Gacoan Cabang Marapalam, Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Mie Gacoan Cabang Marapalam, Kota Padang.
2. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Mie Gacoan Cabang Marapalam, Kota Padang.
3. Mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Mie Gacoan Cabang Marapalam, Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan (Mie Gacoan Cabang Marapalam)

Sebagai masukan dan bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan agar mampu mempertahankan serta meningkatkan loyalitas konsumen.

2. Bagi Akademis

Sebagai referensi tambahan untuk penelitian sejenis di bidang pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan perilaku konsumen dan strategi peningkatan penjualan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai dasar atau bahan referensi untuk pengembangan penelitian lebih lanjut dengan topik yang relevan.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada konsumen Mie Gacoan Cabang Marapalam, Kota Padang. Variabel yang diteliti adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen, serta keputusan pembelian sebagai variabel dependen.