

BAB I

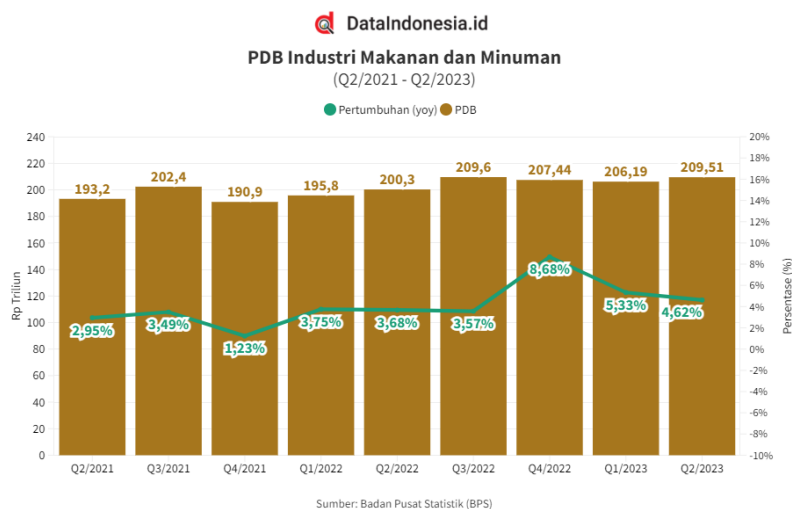
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Peningkatan dalam bidang ekonomi saat ini sangatlah pesat, Perkembangan ini tentunya memberikan dampak yaitu meningkatkan kebutuhan dan keinginan pelanggan oleh karena itu perlunya organisasi untuk memenuhi itu, Bisnis adalah perusahaan yang menjual produk dan jasa yang dibuat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dan memaksimalkan keuntungan.

Permintaan yang semakin meningkat membuat dunia usaha semakin kompetitif, persaingan ini membuat para pelaku usaha menyadari bahwa pentingnya cara dalam mengelola persediaan barang untuk kinerja perusahaan. Pemasaran dapat dikatakan mejadi pola pikir untuk meningkatkan transaksi jual beli kepada konsumen, Saat ini, bisnis adalah bisnis yang kompetitif. Bisnis kuliner adalah suatu usaha yang kegiatannya di bidang industri makanan, baik yang berkaitan dengan pembuatan produk, penyajiannya maupun penjualannya kepada konsumen. Saat ini bisnis kuliner di Indonesia sangat meningkat sehingga menyebabkan perubahan dalam konsumsi dan gaya hidup masyarakat yang lebih mengutamakan hal-hal sederhana seperti makanan siap saji mempengaruhi kebutuhan pangan masyarakat.

Menurut laporan yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), sektor makanan dan minuman dalam PDB pada kuartal kedua tahun 2023 naik 4,62 persen menjadi 209,51T.



Gambar 1.1
Data PDB Industri Makanan dan Minuman
Sumber: PDB Makanan dan Minuman Tahun 2023

Data menunjukkan bahwa industri makanan dan minuman akan menjadi sangat kompetitif pada tahun 2023 setelah kemerosotan pada tahun 2021, hal ini menandakan bahwa persaingan bisnis menjadi tren dalam bisnis kuliner. Oleh karena itu para pelaku usaha perlu menciptakan strategi pemasaran yang baik untuk mendapatkan pasar dan juga memerhatikan dari segi kualitas pelayanan dan kualitas produk.

Selain itu, jumlah restoran waralaba di kota Bandung semakin banyak dan ini membuat persaingan semakin ketat. Setiap restoran tentunya mementingkan kebutuhan konsumen serta membuat konsumen tersebut berada di tingkat kepuasan konsumen. Membuat konsumen senang terhadap makanan atau minuman tidak terlepas dengan kualitas pelayanan yang diberikan harus baik untuk kepuasan konsumen dan kualitas produk dengan citra rasa yang menonjol bahkan memiliki

ciri khas tersendiri. Daftar nama dan jumlah restoran waralaba yang ditemukan di Kota Bandung adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Jumlah Waralaba di Kota Bandung Tahun 2023

No	Nama Restoran	Jumlah Cabang
1.	KFC	19
2.	Pizza Hut	16
3.	Mc Donald's	14
4.	Dunkin Donuts	12
5.	J.CO Donuts	9
6.	Domino's Pizza	9
7.	Mie Gacoan	8
Total		87

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Berdasarkan **tabel 1.1** bahwa waralaba terbanyak di Kota Bandung yaitu KFC dengan 19 cabang lalu diikuti oleh restoran Pizza Hut dengan 16 cabang, disusul restoran McDonald's di peringkat ketiga, dan restoran Mie Gacoan yang memiliki total delapan cabang, berada di peringkat terakhir. Hal ini menunjukkan jumlah rumah makan Mie Gacoan masih sedikit dibandingkan dengan rumah makan waralaba lainnya.

Mie merupakan salah satu produk di Indonesia yang banyak diminati saat ini, hingga olahan tepung tersebut memiliki berbagai macam variasi untuk dinikmati. Wisata kuliner Mie Gacoan Cabang Cipadung anak perusahaan PT Pesta Pora

Abadi, dapat ditemukan di Jawa Barat, khususnya Kota Bandung. Cabang ini terletak di JL. AH Nasution 413, Cilengkrang 2, Ujung Berung, Palasari, Kec. Cibiru, Kota Bandung, Jawa Barat 40615. Nama Gacoan berasal dari kata “Gaco” dalam Bahasa Jawa artinya jago atau andalan, melalui nama ini berharap menjadi andalan konsumen untuk menikmati berbagai produk yang dijual oleh perusahaan tersebut terutama produk mie dengan tingkat level pedas yang berbeda-beda. Mie Gacoan merupakan bisnis kuliner yang saat ini banyak dikenal oleh masyarakat Indonesia. Dari berbagai kalangan mengunjungi Mie Gacoan Cabang Cipadung ini selain dengan tempat yang nyaman, Mie Gacoan juga merupakan tempat yang cocok untuk berkumpul, berdiskusi dan bersantai. Adapun jumlah pengunjung Mie Gacoan Cabang Cipadung yang membeli produk-produk periode 2023 sebagai berikut:

Tabel 1.2

Jumlah pengunjung Mie Gacoan Cabang Cipadung Tahun 2023

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1.	Juni	29.678
2.	Juli	33.700
3.	Agustus	32.150
4.	September	31.023
5.	Oktober	30.450
6.	November	33.343
7.	Desember	33.200

Sumber: <https://miegacoan.co.id/>

Berdasarkan **tabel 1.2** rata-rata pengunjung setiap bulan fluktuatif dimana jumlah pengunjung terbanyak terjadi pada bulan juli yaitu 33.700 pengunjung, lalu paling rendah dibulan juni dengan jumlah 29.678. Penurunan pengunjung akan mempengaruhi penjualan dan keuntungan perusahaan. Adapun pada bulan November mengalami peningkatan kembali dengan jumlah 33.343 pengunjung. Berkaitan dengan **tabel 1.2** dapat disimpulkan bahwa jumlah pengunjung Mie Gacoan Cabang Cipadung mengalami penurunan.

Adapun selanjutnya peneliti akan menyajikan data penjualan Mie Gacoan Cabang Cipadung periode tahun 2023 sebagai berikut:

Tabel 1.3

Jumlah Pendapatan Mie Gacoan Cabang Cipadung Periode Tahun 2023

No	Bulan	Jumlah Pendapatan
1	Juni	583.040.000
2	Juli	650.680.000
3	Agustus	620.460.000
4	September	617.500.000
5	Oktober	610.780.000
6	November	635.450.000
7	Desember	630.200.000

Sumber: <https://miegacoan.co.id/>

Pada **tabel 1.3** menunjukkan bahwa pendapatan Mie Gacoan Cabang Cipadung tahun 2023 pada periode bulan juni-desember mengalami kenaikan dan penurunan. Fandy Tjiptono (2016) berpendapat bahwa penurunan volume penjualan

disebabkan oleh rendahnya kepuasan konsumen. Jika suatu bisnis data dalam jumlah pengunjung masih fluktuatif tentu harus diperhatikan kepuasan konsumen. Penjualan yang menurun di Mie Gacoan Cabang Cipadung itu dikarenakan terdapat konsumen yang tidak puas dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk itu sendiri. Pengaduan dapat disampaikan dengan dua cara, yaitu melalui percakapan dan tulisan, misalnya memposting pengaduan di berbagai forum media sosial atau melakukan ulasan *google* Mie Gacoan Cabang Cipadung.

Berdasarkan teori yang tertuang kualitas produk, menurut *Kotler dan Keller* (2016), artinya bagaimana suatu barang berkemampuan untuk memberikan kinerja atau hasil yang sesuai bahkan melebihi harapan konsumen. Kualitas produk yang berkualitas akan memberikan dampak signifikan bagi perusahaan terutama dalam bidang makanan. Meningkatkan kualitas produk diperlukan standarisasi kualitas, hal ini bertujuan untuk menarik konsumen. Pengalaman pelanggan membeli produk yang bagus mempengaruhi pembelian kembali produk tersebut. Adapun Tjiptono dan Chandra (2016) berpendapat “Kualitas pelayanan terdiri dari tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

Keputusan pembelian merupakan perilaku dalam memutuskan suatu produk dengan mempertimbangkan sumber-sumber dalam produk sehingga meminimalisir terjadinya kerugian atau memicu konsumen untuk membeli kembali. Melalui teori *Kotler dan Keller* (2016), keputusan pembelian merupakan istilah yang digunakan

untuk menggambarkan perasaan konsumen setelah menyatakan keinginan untuk membeli suatu produk atau tidak.

Kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian menjadi fokus penelitian. Sistem pelayanan Mie Gacoan Cabang Cipadung menggunakan konsep antrian model pola kedatangan, pemanggilan, dan layanan pelanggan dalam sistem antrian. Namun, pada Mie Gacoan ini terdapat tingkat kedatangan yang lebih besar dibandingkan tingkat pelayanan, ini adalah masalah layanan yang disebabkan oleh manajemen antrian yang memberikan layanan rendah kepada pelanggan sehingga antriannya panjang seperti Mie Gacoan Cabang Cipadung dan antrian pada Mie Gacoan tidak dapat ditentukan estimasi waktunya hal ini tidak sesuai dengan salah satu indikator pelayanan yaitu daya tanggap, mengacu dan profesionalisme karyawan untuk membantu pelanggan dan menanggapi permintaan mereka. Walaupun Mie Gacoan Cabang Cipadung sudah menggunakan teknologi *Wireless Call* yang sudah diterapkan belum lama ini tetapi antrian panjang pada mie gacoan tetap terjadi. Bahkan bisa membuat *waiting list*, Pengalaman menunjukkan bahwa antrian yang panjang membuat pelanggan tidak membeli produk. Selain itu, daerah outlet khususnya Mie Gacoan Cabang Cipadung ini terkadang terlihat tidak bersih baik meja makan, lantai dan lain-lain. Hal ini tentunya indikator kualitas pelayanan yaitu bukti fisik tidak tercapai dan akan membuat konsumen tidak nyaman. Sedangkan, Mie gacoan memiliki luas area 2100 meter persegi, meskipun demikian, mereka tetap perlu meningkatkan pelayanan di setiap lokasi. Oleh karena itu, pelayanan yang baik adalah bagian penting dari keputusan pembelian. Pelayanan dan manajemen antrian yang baik

dalam industri makanan dan minuman sangat penting untuk memberikan pengalaman terbaik kepada pelanggan. Jadi dapat dilihat seberapa tanggap perusahaan dalam merespon konsumen mengenai standar pelayanan yang jelas dan lain-lain. Adapun terdapat keluhan konsumen terkait kualitas pelayanan dan kualitas produk menurut Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2020 melalui perwakilannya bernama Cinta Cyrila menyatakan bahwa “Pelayanannya lama banget, beda sama Gacoan Gatot Subroto dan Buah Batu yang pelayannya cepat”. Melalui keluhan tersebut dapat dilihat bahwa Mie Gacoan Cabang Cipadung berdasarkan pelayanannya menjadi paling lama berdasarkan cabang lainnya. Selanjutnya menurut Faradita menyatakan “Makanan yang saya pesan kondisi mie dingin dan keras serta udang keju, dimsumnya pun sudah dingin” artinya kualitas produk Mie Gacoan Cabang Cipadung tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen tentu akan menjadi pertimbangan konsumen dalam memberikan keputusan pembelian, seharusnya Mie Gacoan memperhatikan hal tersebut. Adapun menurut Dena Nur Falah menyatakan “Meja konsumen terlihat kotor sisa-sisa mie serpahan makanan” tentu hal ini tidak sesuai dengan salah satu indikator kualitas pelayanan yaitu bukti fisik yang mana kebersihan menjadi salah satu pertimbangan konsumen, karena tempat yang bersih tentu akan membuat konsumen merasa nyaman dalam menikmati makanan yang ditawarkan oleh Mie Gacoan Cabang Cipadung.

Sedangkan menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Konsumen berbunyi bahwa membangun kepercayaan masyarakat atas pelayanan yang dilakukan organisasi merupakan kegiatan yang harus dilakukan seiring dengan harapan dan tuntutan seluruh warga negara dan penduduk tentang

peningkatan pelayanan. Artinya jika pelayanan yang diberikan sesuai standar harapan konsumen ini tentunya akan meningkatkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan yang menjual produk sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Pada umumnya masyarakat memutuskan membeli suatu produk dengan mencari tahu terlebih dahulu fakta dari produk yang akan dibeli atau mencari tahu terlebih dahulu restaurant tersebut. Dengan memberikan ulasan sangat dapat membantu pelanggan memutuskan untuk membeli produk. Dapat dilihat melalui *review* tersebut bahwa terdapat pesanan yang tidak sesuai diharapkan oleh konsumen. Selain kualitas pelayanan pelanggan juga memperhatikan kualitas produk ketika mengambil keputusan pembelian.

Dimulai dengan kualitas produk didefinisikan sebagai kemampuan suatu barang untuk menunjukkan hasil atau kinerja yang tepat, bahkan melebihi apa yang diinginkan konsumen, menurut Kotler dan Keller (2016). Produk yang berkualitas menjadi komponen penting dalam keputusan membeli, kualitas produk pada Mie Gacoan sudah dikenal banyak kalangan masyarakat terutama kalangan muda yaitu mie tipis dengan citra rasa gurih pedas yang dominan. Selain itu, tekstur mie gacoan yang lembut membuat konsumen tidak merasa kesulitan saat memakannya. Aspek kualitas produk yang menjadi unggulan pada Mie Gacoan Cabang Cipadung yaitu tekstur mie bervariasi. Dalam pengelolaan produk Mie Gacoan memiliki berbagai variasi produk seperti mie gacoan, mie suit, mie hompimpa, yang tentunya dengan sensasi rasa pedas dan tekstur mie yang bervariasi. Lalu, terdapat produk lain seperti siomay, udang rambutan, udang keju, lumpia udang, pangsit begitupun dengan berbagai macam minuman. Tetapi, Mie Gacoan Cabang Cipadung terkadang

memiliki masalah dalam kualitas produk seperti rasa yang berubah-ubah sehingga tidak sesuai yang di harapkan konsumen selain itu saat makan ditempat Mie Gacoan Cabang Cipadung, makanan yang dipesan lebih dahulu dibuat dibandingkan minuman. Sedangkan mie gacoan salah satu mie dengan rasa pedas tentunya konsumen akan menunggu minuman dibuat terlebih dahulu setelah itu memakannya sehingga menyebabkan mie menjadi kering dan kurang baik. Hal ini selaras dengan penelitian terdahulu Asmawati (2022) bahwa kualitas produk yang dianggap penting oleh konsumen yaitu tingkat kematangan makanan dan rasa makanan. Sehingga dapat dikatakan bahwa indikator kualitas produk yaitu ketahanan tidak tercapai.

Berdasarkan *Kotler* dan *Keller* (2011) suatu usaha bisnis mampu bersaing apabila memperhatikan segi kualitas dalam setiap prosesnya baik dari meningkatkan kualitas produk maupun kualitas pelayanannya. Kedua hal tersebut dapat memudahkan dalam persaingan terutama untuk mendapatkan konsumen. Menurut Arofatul Azizah (2020), penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pembeli lebih suka produk berkualitas tinggi, artinya kualitas produk berpengaruh positif. Dari masalah kualitas pelayanan dan kualitas produk, dapat disimpulkan bahwa Mie Gacoan Cabang Cipadung memiliki kualitas pelayanan yang buruk, yang mengakibatkan pelanggan harus menunggu pesanan yang telah dipesan sebelumnya, kualitas produk juga buruk dari segi konsistensi rasa, kepedasan, ketahanan produk, yang mengakibatkan pelanggan kehilangan loyalitas yang tentunya berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hak sebagai konsumen diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Tentang

Perlindungan Konsumen Republik Indonesia yang berlandaskan pada Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 4 tentang hak konsumen yaitu hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan, hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan, hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif. Selain itu berdasarkan pasal 7 terdapat kewajiban pelaku usaha yang perlu ditaati yaitu menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku, dan memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif. Oleh karena itu kewajiban tersebut selaras dengan variabel yang digunakan pada penelitian kali ini yaitu tentang kualitas pelayanan dan kualitas produk. apakah perusahaan gacoan ini telah melakukan kewajiban sesuai dengan aturan yang berlaku atau sebaliknya.

Penelitian ini sangat menarik karena dapat menjawab pertanyaan terkait keputusan pembeli yang berkaitan kualitas pelayanan dan kualitas produk. Kualitas pelayanan adalah keseimbangan antara layanan perusahaan dan harapan pelanggan. Jika kualitas produk memenuhi harapan pelanggan dan didukung dengan pelayanan yang baik maka kepercayaan pelanggan akan meningkat. Mie gacoan cabang Cipadung sudah banyak dikenal oleh masyarakat terutama pada mahasiswa dengan ciri khas dari mie gacoan tersendiri. Akibatnya, tujuan dari penelitian untuk pencapaian peneliti dalam menemukan dan menganalisis variabel yang mempengaruhi keputusan pembeli untuk menggunakan Mie Gacoan Cipadung.

Hasilnya peneliti memilih untuk memberikan penelitian dengan judul

“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Cabang Cipadung”.

B. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tingkat persaingan yang semakin kompetitif dalam dunia industri makanan.
2. Tingkat kualitas produk Mie Gacoan Cabang Cipadung.
3. Mie Gacoan termasuk restoran waralaba yang memiliki cabang sedikit di Kota Bandung Tahun 2023.
4. Tingkat pendapatan Mie Gacoan Cabang Cipadung masih fluktuatif.
5. Tingkat jumlah pengunjung Mie Gacoan Cabang Cipadung masi fluktuatif.
6. Tingkat kualitas pelayanan pada Mie Gacoan Cabang Cipadung.
7. Keputusan pembeli Mie Gacoan Cabang Cipadung dipengaruhi oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan.

Berdasarkan uraian tersebut maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan cabang Cipadung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2020 UIN Sunan Gunung Djati Bandung?

2. Apakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan cabang Cipadung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2020 UIN Sunan Gunung Djati Bandung?
3. Bagaimana dan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan cabang Cipadung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2020 UIN Sunan Gunung Djati Bandung?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian mie gacoan cabang Cipadung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2020 UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan Cabang Cipadung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2020 UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mie gacoan cabang Cipadung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2020 UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dibagi menjadi manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis dapat dilihat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Diharapkan bahwa penelitian ini akan menambah dan mengumpulkan informasi tentang kualitas pelayanan dan kualitas produk.
- b. Hasil penelitian diharapkan berguna dan bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan informasi tentang permasalahan yang diteliti.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Diharapkan hasil penelitian peneliti sebelumnya tentang bagaimana kualitas pelayanan dan kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian dapat digunakan.

b. Bagi konsumen

Dapat membantu konsumen membuat keputusan dalam memilih produk untuk dikonsumsi.

c. Bagi akademisi

Penelitian ini dibutuhkan bisa digunakan menjadi data ilmiah dan sumber komparatif bagi peneliti lainnya yang membutuhkan