

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan kemajuan teknologi membuat masyarakat Indonesia semakin tertarik untuk membuka usaha kuliner. Teknologi dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional, seperti penggunaan software manajemen restoran dan analisis data konsumen untuk memahami tren dan preferensi pelanggan. Dengan majunya teknologi membuat berbagai usaha dengan berbagai jenis usaha mulai berkembang. Dalam survey yang dilakukan (Databoks, 2023) beberapa bidang industri mikro dan kecil terbanyak di Indonesia, Makanan menjadi usaha yang paling banyak digeluti oleh masyarakat Indonesia dengan total 1.592.318 industri, disusul oleh kayu non furnitur dengan 608.531 industri, pakaian dengan 594.912 industri dan yang lain dibawah 300.000 industri. Hal ini menunjukkan bahwa usaha dibidang kuliner lebih digemari oleh masyarakat Indonesia karena memiliki pasar yang luas.

Dari banyaknya usaha kuliner yang berkembang di Indonesia ada beberapa jenis makanan yang digemari oleh masyarakat Indonesia. Salah satunya adalah Mie, makanan yang terbuat dari tepung yang sangat diminati oleh masyarakat Indonesia. Dengan kreatifitas dan inovasi, Mie ayam dan Mie goreng yang sudah kita kenal, kini sudah berkembang menjadi produk yang lebih menarik seperti Mie bercita rasa pedas. Kota Jakarta menjadi pilihan bagi pengusaha kuliner karena memiliki pasar yang besar. Usaha kuliner yang terkenal tidak akan mati, di setiap sudut kota dan sepanjang jalan berjejer usaha kuliner dari restoran, cafe, rumah makan hingga tenda-tenda pedagang kaki lima yang menyediakan makanan berkualitas dengan racikan bumbu yang diminati semua kalangan masyarakat.

Mie Gacoan yang lahir tahun 2016 (anak Perusahaan PT. Pesta Pora Abadi) merupakan salah satu restoran yang menyediakan makanan pedas di kota Jakarta yang menawarkan *price to quality* dikelasnya yang selalu menjaga *quality, service and cleanliness*. Mie Gacoan dengan 8 cabang yang tersedia di kota Jakarta menjadi pilihan

yang sering dipilih bagi masyarakat karena memiliki berbagai macam produk yang berkualitas dengan harga terjangkau, dan pelayanan yang baik. Mie Gacoan tidak hanya menawarkan produk yang berkualitas dengan harga terjangkau serta pelayanan yang baik, tetapi juga menyediakan fasilitas-fasilitas yang lengkap seperti WI-FI, colokan Listrik, dan suasana yang nyaman yang dapat menjadi pilihan ideal bagi pelajar atau mahasiswa untuk nongkrong, mengerjakan tugas, atau sekedar bersosialisasi. Fasilitas ini juga dapat bermanfaat bagi driver online untuk mengisi daya baterai saat menunggu orderan.

Popularitas Mie Gacoan yang ditandai dengan berkembang cepatnya Mie Gacoan di Jakarta dengan 8 cabang yang tersebar. Hal ini terbukti dengan antrian yang selalu panjang di setiap cabang baik untuk makan di tempat ataupun untuk dibawa pulang. Menurut berita yang di muat oleh CNBC Indonesia (2024) ramainya Mie Gacoan dapat terlihat dari mengulangnya antrian, bahkan hingga sampai trotoar jalan di seluruh cabang Mie Gacoan yang ada di Jakarta, baik yang ingin makan di tempat atau dibawa pulang. lokasi yang strategis secara geografis membantu Mie Gacoan dalam menjangkau lebih banyak konsumen dan memperluas pangsa pasar. Menurut berita yang dimuat IDN Times, (2023) menyebutkan beberapa faktor yang membuat Mie Gacoan selalu ramai setiap harinya. Seperti, lokasi Mie Gacoan yang strategis, variasi menu yang beragam, produk yang berkualitas dengan harga terjangkau, pelayanan yang baik dan cepat, fasilitas Mie Gacoan yang memadai. Beberapa faktor tersebut membuat Mie Gacoan dengan strategi penjualan memberikan harga murah dengan kualitas produk dan pelayanan yang baik membuat antusias masyarakat sangat tinggi. Antrian panjang di depan kasir menjadi pemandangan yang biasa terlihat.

Dari Fenomena ramainya Mie Gacoan, Mie Gacoan harus memikirkan cara agar konsumen tetap loyal dan selalu merasa puas ketika membeli produk Mie Gacoan. Dalam persfiktis Islam, keinginan seseorang untuk loyal terhadap suatu produk atau jasa dilandasi oleh rasa puas pada diri seseorang. Pandangan dalam islam tentang kepuasan didasari oleh standar syariah. Kepuasan pelanggan dalam pandangan syariah merupakan tingkat harapan seseorang terhadap produk atau jasa yang sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima. Layanan yang cepat dan produk yang baik merupakan

dasar yang diberikan perusahaan untuk konsumen yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Sebagai contoh Nabi Muhammad SAW yang dijuluki gelar Al-Amin yang memiliki arti seseorang yang dipercaya, ketika bergadang Nabi Muhammad SAW menerapkan beberapa hal seperti menjual barang yang berkualitas dan bersikap ramah dengan pembeli yang dapat membuat konsumen puas dengan dagangan yang di jual oleh Nabi Muhammad. Untuk itu sebuah perusahaan perlu selalu menjaga konsistensi pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas agar dapat membuat konsumen puas. Sehingga hal ini dapat dijadikan tolak ukur konsumen untuk loyal terhadap perusahaan. Hal ini di dasarkan pada Al Quran Asy-Syu'ara ayat 181-183 sebagai berikut:

﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ۚ وَزِنُوا بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعَثُوا فِي الْأَرْضِ مُمْسِدِينَ ۚ ﴾

“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan orang lain. Timbanglah dengan timbangan yang benar. Janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi”.

Tafsir Ibnu Katsir (2018) menjelaskan jika kalian membayar orang lain, sempurnakan lah hak mereka dan janganlah kalian mengurangi hak mereka. Tetapi, bila kalian mengambil dari mereka, maka kalian memintanya dalam keadaan sempurna dan cukup, maka ambilah sebagaimana kalian serahkan. Al-Qitas artinya timbangan dalam arti lain qistas di artikan dalam bahasa romawi ada juga yang mengatakan qistas merupakan neraca. Maka dari itu timbanglah secara adil dan jujur, artinya jangan lah kalian mengurangi harta atau hak mereka dan jangan lah merusak di muka bumi.

Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa seseorang atau perusahaan harus berkomitmen dalam memberikan produk yang berkualitas dan pelayanan yang baik sesuai standar operasional perusahaan. Namun, fenomena antrian panjang dan orderan yang mebeludak tak henti-henti membuat permasalahan baru yaitu menurunnya tingkat

kepuasan dan loyalitas pada diri konsumen, dua faktor utama yang berkontribusi dalam masalah ini adalah:

1. Pelayanan yang kurang maksimal, keluhan terhadap pelayanan yang lambat dan kurang maksimal dari karyawan Mie Gacoan dapat menimbulkan ketidakpuasan pelanggan. Dalam Berita yang dipublish oleh Kompasiana (2023) menyebutkan bahwa pelayanan Mie Gacoan yang buruk, beberapa karyawan tidak ramah terhadap konsumen, pelayanan yang lambat, dan antrian makanan yang suka terlewat.
2. Kualitas produk yang kurang berkualitas dan tidak konsisten, dalam berita yang dipublish oleh DetikJatim (2023) menyebutkan bahwa konsumen menemukan benda asing dalam makanan, seperti plastik di pangsit goreng yang ditemukan oleh konsumen. Hal ini dapat merusak citra dan kepercayaan pelanggan terhadap kebersihan dan kualitas produk yang disajikan. Ini mengindikasikan adanya masalah dalam pengawasan kualitas produk. Lalu juga perbedaan dalam kualitas produk antara cabang-cabang Mie Gacoan, baik dalam tekstur, rasa, maupun porsi yang dapat mengakibatkan ketidakpuasan pelanggan. Hal ini pernah terjadi oleh konsumen yang dimuat di dalam berita (Kompasiana, 2023) yang mendapatkan rasa dari 3 cabang di solo yang memiliki perbedaan rasa seperti asin yang berlebih, tingkat kepedasan yang tidak sesuai orderan.

Mie Gacoan yang setiap harinya ramai menumbuhkan minat ke dalam diri peneliti untuk mempelajari bagaimana Mie Gacoan memberikan pelayanan serta menjaga kualitas produk dan memepertahankan walau kondisi gerai selalu ramai agar konsumen tetap setia membeli Mie bercita rasa pedas di Mie Gacoan tanpa harus berpindah membeli Mie bercita rasa pedas lainnya seperti WizzMie. Berdasarkan kualitas layanan dan kualitas produk yang diberikan, peneliti ingin mengetahui seberapa besar dampak yang diberikan terhadap loyalitas pelanggan konsumen Mie Gacoan. Peneliti juga menambahkan variabel intervening yaitu kepuasan pelanggan yaitu dimana tingkat kepuasan yang dimiliki seseorang selama mengkonsumsi Mie Gacoan dengan cara langsung apakah sama dan dampak yang diberikan besar untuk tingkat loyalitas konsumen Mie Gacoan di Indonesia.

Dalam proses penentuan objek dan variabel pada penelitian ini, peneliti melihat dari beberapa penelitian terdahulu dengan objek serupa. Penelitian yang telah dilakukan oleh (Putri & Wiyadi, 2024) menjadi referensi utama untuk penelitian ini dengan objek yang sama yaitu Mie Gacoan serta kesamaan variabel yang digunakan. Perbedaan yang menjadi pembeda dasar ialah pada penelitian tersebut hanya mengambil sampel sebanyak 144 responden yang hanya membeli di cabang pekalongan. Peneliti ingin melihat cakupan yang lebih menyeluruh dengan mengambil sampel dari masyarakat DKI Jakarta yang pernah membeli dari 2 cabang yang berbeda.

Dalam proses menilai antara variabel independent terhadap variabel dependen yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan Mie Gacoan, peneliti menggunakan beberapa penelitian terdahulu mengenai topik yang sama. Pada penelitian yang dilakukan (Kusumawardani & Achsa, 2023) dengan objek Mie Gacoan Magelang dan (Safira et al., 2023) dengan objek Mie Gacoan Pasuruan. Kedua penelitian tersebut didapatkan temuan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di cabang tersebut.

Pada penelitian ini, variabel kepuasan memiliki tugas sebagai variabel mediasi (intervening) penghubung antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Mie Gacoan. Pada penelitian yang telah dilakukan (Ika Yandini & Rangkuti, 2023) dan (Mulady & Sumadi, 2023) ditemukan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan secara langsung dan juga berpengaruh secara tidak langsung dengan bantuan mediasi oleh kepuasan pelanggan. Dapat diartikan, bahwa variabel kepuasan pelanggan memiliki andil penting pada penelitian ini. Maka dari itu peneliti ingin melihat apakah akan ada kesamaan atau perbedaan yang ditemukan oleh peneliti. Ketika penelitian pada pelanggan Mie Gacoan.

Pada akhirnya, penelitian terdahulu yang telah dihasilkan menunjukkan hasil berbeda-beda walaupun memiliki kesamaan dalam variabel dan objek. Selain itu, penentuan variabel loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen yang diukur dengan kualitas pelayanan dan kualitas produksi dan dengan adanya mediasi oleh kepuasan pelanggan muncul dengan alasan referensi dari penelitian serupa yang mendorong

keinginan peneliti untuk memilih variabel-variabel tersebut dengan objek Mie Gacoan. Selanjutnya, peneliti telah menentukan sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah sampel penelitian yang berada di DKI Jakarta sebagai responden pada penelitian ini. Pemilihan provinsi DKI Jakarta didasarkan karena pertumbuhan cabang Mie Gacoan di Jakarta yang berkembang secara cepat. Berdasarkan apa yang telah peneliti sampaikan, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan”**.

1.2 Perumusan Masalah

Pada bagian latar belakang telah menjelaskan mengenai hal-hal tentang niat peneliti untuk melakukan penelitian lebih mendalam mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan (intervening) terhadap loyalitas pelanggan Mie Gacoan di Indonesia. Dengan demikian, peneliti telah membuat beberapa poin pertanyaan agar penelitian lebih terarah, yaitu:

1. Apakah kualitas pelayanan yang diberikan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Mie Gacoan di DKI Jakarta?
2. Apakah kualitas pelayanan yang diberikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan di DKI Jakarta?
3. Apakah kualitas produk yang diberikan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Mie Gacoan di DKI Jakarta?
4. Apakah kualitas produk yang diberikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan di DKI Jakarta?
5. Apakah kepuasan yang dirasakan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Mie Gacoan DKI Jakarta?
6. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan?
7. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan?

8. Bagaimana kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Mie Gacoan DKI Jakarta menurut sudut pandang Islam?

1.3 Tujuan Penelitian

Pada perumusan masalah telah dijelaskan beberap pertanyaan sebagai acuan agar penelitian ini lebih terarah dan memiliki Batasan. Oleh sebab itu, berikut penjelasan mengenai tujuan dari terlaksananya penelitian ini, yakni:

1. Mengetahui, membuktikan, dan menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat loyalitas pelanggan Mie Gacoan DKI Jakarta.
2. Mengetahui, membuktikan, dan menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap tingkat loyalitas pelanggan Mie Gacoan DKI Jakarta.
3. Mengetahui, membuktikan, dan menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan DKI Jakarta.
4. Mengetahui, membuktikan dan menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan DKI Jakarta.
5. Mengetahui, membuktikan dan menganalisis seberapa besar pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan Mie Gacoan DKI Jakarta.
6. Mengetahui, membuktikan, dan menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan Mie Gacoan DKI Jakarta.
7. Mengetahui, membuktikan, dan menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan Mie Gacoan DKI Jakarta.
8. Untuk mengetahui kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Mie Gacoan DKI Jakarta menurut sudut pandang Islam

1.4 Manfaat Hasil Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap bahwa hasil dan output dari penelitian yang telah dilaksanakan dapat menambah wawasan mengenai perkembangan dunia F&B dan bermanfaat pada penelitian-penelitian selanjutnya dibidang dan objek penelitian serupa.

2. Manfaat Praktis

Peneliti berharap bahwa penelitian ini mampu membuat referensi untuk Perusahaan dalam segala proses dalam menciptakan hubungan loyalitas yang baik dengan para pelanggan baru dan pelanggan setia. Selain itu, penelitian ini juga dapat dijadikan acuan data untuk memahami keinginan pelanggan yang dilihat dari kualitas produk dan kualitas pelayanan dengan menilai tingkat kepuasan sampai terciptanya sebuah loyalitas dari sisi pelanggan Mie Gacoan di Indonesia.

3. Manfaat untuk Peneliti

Penelitian ini membuat dan membantu penulis untuk berpikir kritis dan mengimplementasikan ilmu-ilmu pemasaran dan manajemen yang telah dipelajari selama perkuliahan di Program Sarjana Manajemen. Penelitian ini juga bermanfaat untuk mengetahui kebutuhan pasar yang nantinya ilmu yang didapat selama perkuliahan dapat bermanfaat ketika sudah berada pada dunia profesional.