

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dimasa ini persaingan dalam dunia bisnis semakin berkembang dengan pesat dan luas. Persaingan yang semakin ketat menuntut setiap perusahaan atau bisnis untuk dapat selalu siap untuk bersaing ataupun berkembang serta mampu untuk beradaptasi pada persaingan.¹ Maka dari itu para pelaku ekonomi harus mampu bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumennya. Sebuah bisnis harus bekerja keras dalam memahami kebutuhan serta keinginan para pelanggannya. Serta mengetahui kebutuhan dan keinginan para konsumen akan membantu para pelaku ekonomi dalam mengatur rencana pemasaran untuk menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Berdasarkan kebutuhan yang amat mendasar, seperti sandang, pangan, dan papan, hingga kebutuhan tambahan, setiap orang memiliki kebutuhan yang unik. Oleh karena itu, penting bagi para pelaku bisnis untuk memiliki wawasan mengenai keinginan, kebutuhan, dan harapan pelanggan, baik saat ini maupun di masa depan.

Bisnis kuliner adalah diantara sekian banyak bisnis yang berkembang pesat saat ini. Rivalitas atau persaingan di dunia perkulineran ini bisa terjadi dikarenakan usaha di bidang F&B (*food and beverage*)

¹ Johar Saputra Irsandi, "Sistem Informasi Pemasaran dengan Penerapan CRM (Customer Relationship Management) Berbasis Website menggunakan Metode Waterfall dan Agile." Jurnal JTIC, 2021

yang sekarang menjadi bisnis yang sangat menjanjikan. Seperti kuliner makanan mie yang terdiri berbagai jenis diantaranya mie pangsit, mie ayam, mie goreng dan lain sebagainya. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2020-2021 rata-rata konsumsi mie bakso, mie ayam, mie rebus perkapita dalam satu minggu di daerah perkotaan sebesar 5.318,14 Kg.

Diantara kuliner dari mie saat ini yang banyak digemari oleh masyarakat yaitu mie ayam. Dengan berkembangnya usaha kuliner ini tidak lain disebabkan oleh permintaan dari masyarakat yang semakin beragam. Oleh karenanya banyak usaha yang dituntut bisa memberi kualitas yang menyesuaikan selera masyarakat dan konsumen akan merasa puas. Perihal ini memicu para pengusaha kuliner untuk memastikan penyesuaian kepuasan konsumen untuk orientasi utamanya yaitu menjaga kelangsungan usaha tersebut. Pengusaha juga harus memastikan produk mereka unggul agar bisa bersaing dengan pesaingnya. Selain itu para pengusaha juga harus pandai dan kreatif agar bisa menghasilkan produk yang tidak dimiliki orang lain.

Kualitas produk diibaratkan sebagai senjata dalam menjaga keberadaan usaha terutama pada bisnis kuliner. Apabila kualitas produk baik konsumen akan merasa puas serta menimbulkan adanya pembelian ulang (*repeat order*) di masa yang akan mendatang.² Jadi setiap perusahaan harus mempertahankan kualitas produk untuk menciptakan

² Putri Agustin Maimun, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Bakso Cuaniki Serayu Bandung," *International Journal Administration, Business and Organization* Vol.03 No.03 (2022), 47.

keunggulan-keunggulan yang tidak dimiliki oleh para pesaingnya. Adanya keunggulan-keunggulan pada perusahaan tersebut diharapkan dapat menumbuhkan permintaan dan penjualan pada produk tersebut karena perusahaan bisa mempunyai lebih banyak pelanggan. Suatu bisnis yang bisa bersaing dan bertahan merupakan perusahaan yang dapat menyediakan produk berkualitas sehingga perusahaan dituntut agar bisa terus melakukan perbaikan atas kualitas produknya, serta dapat menciptakan dan mempertahankan pelanggan.

Produk didefinisikan oleh Kotler Amstrong sebagai segala sesuatu yang dapat disediakan oleh produsen kepada masyarakat umum untuk tujuan konsumsi, kepemilikan, penggunaan, atau tampilan. Barang-barang ini memenuhi permintaan pelanggan.³ Kapasitas suatu produk untuk memberikan hasil kinerja yang memenuhi atau melampaui harapan pelanggan merupakan inti dari kualitas produk, sebagaimana dinyatakan oleh Kotler dan Amstrong.⁴ Kualitas produk juga dapat menjadi patokan konsumen dalam melakukan pembelian dan pemakaian terhadap produk.⁵ Pelanggan akan lebih cenderung melakukan pembelian berulang atas produk yang memiliki kualitas tinggi.

Pola konsumsi masyarakat kini telah mengalami perubahan untuk mulai terbuka dan terbiasa untuk membeli makan di luar rumah.

Kebanyakan orang merasa bahwa makan di luar dapat membantu

³ Cholifatun Nisak, *Pengaruh Harga, keberagaman Model Produk, Kualitas Informasi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Toko Tas Online Sabila Store*, Jurnal Universitas Diponegoro.

⁴ Philip Kotler dan Armstrong Gary, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Terj Imam Nurmawan, (Jakarta Erlangga, 2021), 346.

⁵ Saiful Anwar, *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian*, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Volume 4, Nomor 12, Desember 2022, 3.

menyelesaikan lebih banyak pekerjaan dan memberikan kesempatan untuk bersantai bersama orang-orang terkasih sambil menyantap makanan. Sehingga banyak sekali bisnis-bisnis kuliner yang bermunculan dengan menawarkan berbagai macam makanan salah satunya adalah kuliner mie ayam yang sedang berkembang pesat di salah satu daerah di kabupaten Kediri yaitu Desa Wates. Terdapat beberapa usaha mie ayam unik dapat ditemukan di lingkungan Desa Wates Kediri. Diantara sekian banyak usaha mie ayam di lingkungan Wates, ada tiga yang menonjol karena lokasinya yang strategis dan aksesibilitasnya yang mudah. Peneliti menggunakan perbandingan 4P berikut untuk menentukan tiga usaha mie ayam mana yang paling dekat satu sama lain:

Tabel 1.1

Perbedaan dari Segi Bauran Pemasaran

No.	Bauran Pemasaran	Pangsit Mie Ayam Surabaya	Mie Ayam Pak Pur	Mie Ayam Cita Rasa Pak Arif
1	Produk	<ul style="list-style-type: none"> • Mie ayam cenderung tidak ada warnanya • Topping berupa suiran ayam dan satu buah siomay isi ayam dilengkapi dengan sayur sawi, selada, daun bawang, timun dan bawang goreng • Kuah kaldu berlimpah, sedap, 	<ul style="list-style-type: none"> • Mie ayam cenderung manis berkecap • Topping potongan ayam dibentuk dadu kecil dilengkapi dengan sayur sawi dan timun • Kuah kaldu sedap dan 	<ul style="list-style-type: none"> • Mie ayam menggunakan mie kuning • Topping potongan ayam dibentuk dadu kecil dilengkapi dengan sayur sawi, timun, dan keripik pangsit • Kuah kaldu

		segar, tidak begitu berminyak/berlemak disajikan dengan mangkok kecil secara terpisah <ul style="list-style-type: none"> • Topping tambahan berupa keripik pangsit goreng, kerupuk udang, dan kerupuk rambak terjual terpisah • Terdapat menu tambahan bakso dan mie ayam bakso 	berminyak <ul style="list-style-type: none"> • Topping tambahan berupa keripik pangsit dan kerupuk rambak terjual terpisah • Mie ayam bisa berkuah ataupun kering 	sedap dan berminyak <ul style="list-style-type: none"> • Topping tambahan berupa keripik pangsit dan kerupuk rambak terjual terpisah
2	Harga	<ul style="list-style-type: none"> • Rp8.000-Rp 11.000 	<ul style="list-style-type: none"> • Rp10.000-Rp 13.000 	<ul style="list-style-type: none"> • Rp 8.000
3	Tempat	<ul style="list-style-type: none"> • Buka jam 09.00-17.00 • Parkir luas • Tempat makan luas 	<ul style="list-style-type: none"> • Buka jam 09.00-11.00 • Parkir sempit • Tempat makan sempit 	<ul style="list-style-type: none"> • Buka jam 16.00-21.00 • Parkir sempit • Tempat makan lumayan luas
4	Promosi	<ul style="list-style-type: none"> • Banner • Media sosial 	<ul style="list-style-type: none"> • Banner 	<ul style="list-style-type: none"> • Banner

Sumberdata:Observasi peneliti pada usaha mie ayam di sekitar jalan raya wates, Desember 2023

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwa Pangsit Mie Ayam Surabaya Wates lebih unggul dari pada yang lainnya. Pangsit Mie Ayam Surabaya Wates memiliki berbagai macam varian produk yang bisa dipilih oleh konsumen, yaitu mie ayam, bakso, dan mie ayam bakso. Harga yang

ditawarkan juga relatif terjangkau serta promosi yang dilakukan bukan hanya dengan media offline saja melainkan berupa media online seperti media sosial. Produk yang lebih banyak, lokasi yang strategis, dan peluang promosi yang banyak hanyalah beberapa keunggulan yang ditawarkan oleh usaha Pangsit Mie Ayam Surabaya Wates. Peneliti tertarik untuk menjadikan Pangsit Mie Ayam Surabaya Wates sebagai objek penelitian karena Pangsit Mie Ayam Surabaya Wates lebih unggul.

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai respons emosional yang dimiliki seseorang terhadap suatu produk setelah mengevaluasi seberapa baik produk tersebut memenuhi atau tidak memenuhi harapan mereka.⁶ Pelanggan akan senang jika kinerjanya sesuai dengan harapan mereka. Jika ingin pelanggan membeli produk lagi, perlu memastikan bahwa produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan para pelanggan. Keberhasilan upaya pemasaran suatu perusahaan berbanding lurus dengan kebahagiaan pelanggannya. Suatu produk tidak akan berhasil jika pembeli tidak menyukainya.

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana suatu produk memenuhi kebutuhan audiense yang dituju. Ketika harapan pelanggan terpenuhi, mereka akan merasakan kepuasan, yang pada gilirannya menumbuhkan loyalitas. Berikut beberapa temuan dari survei terhadap 35 pelanggan Pangsit Mie Ayam Surabaya Wates yang peneliti lakukan :

⁶ Kotler Dan Keller, “ Manajemen Pemasaran, Jilid1 Edisi Kedua belas”, (Jakarta: PT. Indeks, 2012), 103

Tabel 1.2
Data Intensitas Pembelian Konsumen

NO	Jumlah Pembelian	Jumlah Konsumen yang Membeli
1.	2 kali	8
2.	Lebih dari 2 kali	27
	Total	35

Sumber: Data observasi pada bulan Desember 2023

Berdasarkan pada tabel 1.2 menunjukkan bahwa sebanyak 23 pelanggan telah melakukan pembelian pada Pangsit Mie Ayam Surabaya lebih dari dua kali. Melakukan pembelian lebih dari dua kali adalah salah satu cara untuk memastikan kepuasan pelanggan. Unsur-unsur yang mempengaruhi kebahagiaan pengunjung Pangsit Mie Ayam Surabaya Wates adalah:

Tabel 1.3
Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

No.	Faktor Kepuasan Konsumen	Responden
1.	Kualitas Produk	23
2.	Kualitas Pelayanan	5
3.	Emosional	-
4.	Biaya	-
5.	Harga	7
	Jumlah Responden	35

Sumber: Data observasi Desember 2023

Berdasarkan tabel 1.3 diperoleh informasi bahwa dari data 35 responden, kualitas produk pada Pangsit Mie Ayam Surabaya Wates

merupakan faktor terpenting yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu berjumlah 23 responden., disusul oleh faktor harga sebanyak 5 responden, dan faktor kualitas pelayanan sebanyak 7 responden. Kualitas produk mengacu pada seberapa baik suatu produk memenuhi harapan pelanggan dalam hal fitur dan kinerja secara keseluruhan. Kualitas yang baik didefinisikan sebagai sejauh mana suatu produk memenuhi tujuan yang dimaksudkan.

Memperhatikan kualitas ayam dan bahan dasar lainnya menjadi salah satu cara Pangsit Mie Ayam Surabaya Wates Kediri menjaga kualitas produknya tetap tinggi. Cita rasa Pangsit Mie Ayam Surabaya tetap terjaga dengan hanya menggunakan bahan dan bumbu terbaik. Oleh karena itu Mie Ayam ini dapat bertahan sampai sekarang. Penambahan dim sum atau siomai membuat hidangan mie ayam ini berbeda dari yang lain, dan fakta bahwa mie dan sup disajikan dalam mangkuk terpisah hanyalah salah satu kelebihanannya. Selain itu, Mie Ayam Surabaya Wates Kediri juga menyediakan wadah tersendiri untuk produk mie ayam dan kuahnya, khusus kertas minyak untuk mie dan plastik untuk kuahnya, agar tetap segar saat dibawa pulang.

Berdasarkan uraian dan data di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan menggunakan judul ***“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Pangsit Mie Ayam Surabaya Wates Kediri)”***.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas produk di Pangsit Mie Ayam Surabaya Wates Kediri?
2. Bagaimana kepuasan konsumen di Pangsit Mie Ayam Surabaya Wates Kediri?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Pangsit Mie Ayam Surabaya Wates Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis kualitas produk di Pangsit Mie Ayam Surabaya Wates Kediri.
2. Untuk menganalisis kepuasan konsumen di Pangsit Mie Ayam Surabaya Wates Kediri.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Pangsit Mie Ayam Surabaya Wates Kediri.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini bermaksud untuk membangun pemahaman dan hipotesis yang diperoleh selama studi sarjana untuk memberikan landasan yang kuat untuk studi masa depan di bidang manajemen pemasaran dan bidang terkait.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pemilik Pangsit Mie Ayam

Memberikan informasi dalam menjaga kualitas produk dserta meningkatkan kepuasan konsumen sehingga dapat membantu perkembangan perusahaan ke depannya.

b. Bagi Peneliti

Dapat membantu menjembatani kesenjangan antara teori kelas dan penerapan di dunia nyata, dan juga harus memberikan dasar untuk perbandingan keduanya di masa depan.

c. Bagi Masyarakat

Dapat memberikan landasan untuk memahami bagaimana kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara mengenai rumusan masalah sebuah penelitian, yang mana rumusan masalah tersebut disampaikan

berupa kalimat tanya.⁷ Berikut merupakan hipotesis dalam penelitian ini berdasarkan kerangka pemikiran di atas :

1. Hipotesis Nol (H_0)

Tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Pangsit Mie Ayam Surabaya Wates Kediri.

2. Hipotesis Alternatif (H_a)

Terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Pangsit Mie Ayam Surabaya Wates Kediri.

F. Telaah Pustaka

1. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Sabun Batang Herbal Multibeauty (Studi Kasus Pada Komunitas Team Hoky Multibeauty Kediri)*⁸ oleh Yayuk Anjarsari (2021), mahasiswi IAIN Kediri. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X) dan variabel kepuasan konsumen (Y) memiliki pengaruh yang signifikan satu sama lain. Ini menunjukkan bahwa nilai thitung sebesar 15,226 lebih besar dari nilai ttabel sebesar 1,65251 dengan sig 0,000 < 0,05, yang menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk (X) dan variabel kepuasan konsumen (Y). Persamaan dengan penelitian penulis adalah penggunaan variabel kualitas produk dan kepuasan

⁷ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2012), 64.

⁸ Yayuk Anjarsari, “*Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Sabun Batang Herbal Multibeauty (Studi Kasus Pada Komunitas Team Hoky Multibeauty Kediri)*”(Skripsi Kediri: IAIN Kediri, 2021).

konsumen sedangkan perbedaan dengan penelitian ini yaitu lokasi penelitian.

2. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Terhadap Kepuasan Pelanggan Terhadap Produsen Mie Sopoyono*⁹ oleh Mamduhan Zakirin mahasiswa Universitas Ciputra Surabaya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sedangkan kualitas pelayanan dan kelengkapan produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 70% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Persamaan dengan penelitian penulis adalah penggunaan variabel bebas (X) yaitu kualitas produk serta variabel terikatnya (Y) yaitu kepuasan konsumen. Perbedaan dengan penelitian ini adalah lokasi penelitian dan banyaknya variabel independen yang digunakan penulis.
3. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus di UD. Sukron Tulungagung)*¹⁰ oleh Lukmanul Khakim (2020), mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif. Hasil penelitian berdasarkan uji T menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

⁹ Mamduhan Zakirin, “*Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Terhadap Kepuasan Pelanggan Terhadap Produsen Mie Sopoyono*,” (Jurnal Surabaya: Universitas Ciputra, 2020).

¹⁰ Lukmanul Khakim, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus di UD. Sukron Tulungagung)*,” (Skripsi Tulungagung: UIN Sayyid Tulungagung, 2020).

konsumen, dan variabel harga (X3) mempengaruhi kepuasan konsumen. Dengan demikian, uji F menunjukkan bahwa variabel kualitas harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Persamaan dengan penelitian penulis adalah penggunaan variabel bebas (X) yaitu kualitas produk serta variabel terikatnya (Y) yaitu kepuasan konsumen. Perbedaan dengan penelitian ini adalah lokasi penelitian dan banyaknya variabel independen yang digunakan penulis.

4. *Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Simping Lima Futsal¹¹ Kediri oleh Ayak Bani Akbar (2020), mahasiswa IAIN Kediri.* Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif. Sampel yang digunakan berjumlah 90 responden. Melalui uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,588 lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu sebesar 1,98. Sehingga disimpulkan bahwa variabel Harga (X1) dan Fasilitas (X2) terdapat hubungan yang positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Persamaan dengan penelitian penulis adalah penggunaan variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Perbedaan dengan penelitian ini yang membedakan adalah variabel independen dan lokasi penelitian.

¹¹ Ayak Bani Akbar, "*Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Simping Lima Futsal*", (Skripsi Kediri: IAIN Kediri, 2020).

5. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Soto Ayam Pak Beno Branggahan-Kediri)*¹² oleh Lukfita Firnanda Ade (2023), mahasiswa IAIN Kediri. Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai korelasi antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen sebesar 0,558 dengan signifikan $0,000 < 0,005$ yaitu mempunyai makna bahwa hubungan antara kualitas produk (X) berpengaruh pada kepuasan konsumen (Y). Kesamaan dengan penelitian penulis adalah penggunaan variabel kualitas produk dan kepuasan konsumen sedangkan perbedaan dengan penelitian ini yaitu lokasi penelitian.

¹² Lukfita Firnanda Ade, “*Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Soto Ayam Pak Beno Branggahan-Kediri)*”, (Skripsi Kediri: IAIN Kediri, 2023).