

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Kemajuan dalam sektor bisnis di era modern benar-benar berkembang dengan segala potensi yang dimilikinya, khususnya dalam bidang kuliner, banyak macam-macam jenis produk makanan yang ada pada saat ini dan mulai dikembangkan. Dan banyak individu atau kelompok melakukan kegiatan usaha untuk mencari keuntungan agar bisa memenuhi kebutuhan dasar mereka.

Indonesia adalah negara kaya akan budaya-budayanya dan mempunyai banyak ciri khas di daerahnya yang berbeda-beda, antara lain Bahasa, adat istiadat, dan makanan yang beraneka ragam. Beragamnya kuliner daerah menimbulkan daya Tarik bagi wisatawan dalam dan luar negeri sehingga membuat banyak Masyarakat tertarik melakukan usaha dibidang kuliner karena melihat potensi yang cukup besar dibidang tersebut.

Saat ini perkembangan bisnis di Indonesia sangat pesat, khususnya di bidang kuliner. Artinya setiap pengusaha di bidang ini harus mampu memaksimalkan efisiensi usahanya agar dapat bersaing dengan competitor dan memahami kebutuhan konsumennya. Oleh karena itu, setiap penguasaha dibidang kuliner saat ini memerlukan rencana pemasaran yang cocok dan sesuai untuk bisa meneruskan eksistensi dalam kompetisi bisnis dan menciptakan kepuasan bagi konsumennya.

Bisnis makanan merupakan salah satu bisnis yang cukup diminati pada saat ini, selain dapat menciptakan laba yang cukup besar, makanan juga merupakan kebutuhan utama yang harus dipenuhi oleh setiap orang. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya restaurant dan tempat makan diseluruh daerah di Indonesia, termasuk kota Malang. Maraknya perkembangan bisnis makanan menjadikan para pelaku bisnis lainnya bersaing secara ketat dengan berbagai strategi seperti dari segi harga, promosi, dan juga kualitas produknya.

Bisnis makanan cepat saji telah mengalami pertumbuhan yang signifikan di berbagai negara, termasuk Indonesia, disaat mengalami banyaknya perubahan gaya hidup Masyarakat yang semakin sibuk, makanan cepat saji seperti mie instan telah menjadi pilihan makanan yang populer untuk menyediakan makanan yang cepat dan praktis, yang dapat langsung dimasak tanpa menunggu waktu yang cukup lama. Dan salah satu brand makanan yang sedang booming saat ini di Indonesia adalah Mie Gacoan.

Salah satu waralaba dengan produknya ialah Mie Gacoan yang merupakan merek mie instan yang mempunyai ciri khas yaitu mie dengan rasa pedas dan sangat populer di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Masakan berbahan baku mie ini merupakan makanan yang disukai dikalangan Masyarakat Indonesia karena Masyarakat Indonesia terkenal menyukai makanan yang pedas. Dan Mie Gacoan ini menjadi sangat populer dikalangan Masyarakat Indonesia, khususnya generasi muda seperti mahasiswa.

Dari beberapa uraian yang telah dijelaskan diatas, dalam hal ini penulis tertarik untuk meneliti tentang Mie Gacoan di kota Malang, dikarenakan boomingnya produk tersebut yang menyebabkan banyak para mahasiswa yang tertarik membeli Mie Gacoan, oleh sebab itu dengan variabel yang ada, serta perencanaan dengan pemilihan lokasi dari Mie Gacoan yang mendapatkan peningkatan penghasilan beserta diikuti peningkatan volume penjualan Mie Gacoan di kota Malang, hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti harga yang ditentukan, promosi yang ditawarkan, dan kualitas produk yang dijual, selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen bagi para mahasiswa di Universitas Merdeka Malang yang sudah melakukan pembelian Mie Gacoan.

Dimulai dari Kepuasan Konsumen merupakan faktor kunci dalam menentukan seberapa sukses suatu Perusahaan dalam hubungannya dengan konsumennya. Oleh sebab itu mengukur kepuasan konsumen sangat penting untuk dilakukan. Kepuasan konsumen adalah faktor kunci dan salah satu tujuan terpenting setiap Perusahaan berupaya membangun hubungan dalam waktu lama dengan konsumen yang terfokus sebagai prioritas utama mereka. Kepuasan konsumen dapat diungkapkan dengan membandingkan harapan konsumen dengan kinerja (atau hasil) yang diarahkan terhadap suatu produk dengan harapannya.

Salah satu penyebab kepuasan konsumen ialah harga yang juga mempengaruhi kepuasan konsumen. Pada dasarnya harga ditentukan oleh harga pokok produk dan komponen lainnya. Penetapan harga harus wajar, karena harga yang tidak masuk akal atau berlebihan akan menyebabkan konsumen beralih ke tempat lainnya. Perusahaan

menentukan harga berdasarkan banyak pertimbangan, tetapi dalam menetapkan harganya juga bergantung pada nilai yang ditawarkan, keuntungan yang didapat, layanan yang didapat, juga harga yang dapat berkompetisi dengan para pesaing lainnya. Menurut penelitian sebelumnya dari Ruffiansah (2020) menyimpulkan jika harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Lalu terdapat juga promosi yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Promosi merupakan sebuah inisiatif yang dijalankan oleh perusahaan untuk berkomunikasi mengenai keunggulan suatu barang dan merupakan instrumen untuk mempengaruhi seseorang untuk melakukan pembelian atau memanfaatkan layanan sesuai dengan keperluannya. Menurut penelitian sebelumnya dari Leonardo & Poluan (2021) menyimpulkan jika promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dan adapula kualitas produk yang juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, karena kualitas produk merupakan faktor utama dalam menentukan kesuksesan suatu bisnis, karena dikatakan suatu produk itu baik jika bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya. Mie Gacoan juga memperhatikan kualitas produknya seperti dalam penyajiannya cukup menjaga kebersihan mie yang disajikan, dan Mie Gacoan juga memiliki cita rasa yang khas pedasnya. Menurut Herlambang & Komara (2021) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di atas penulis berminat melakukan sebuah penelitian mengenai harga, promosi, juga kualitas produk disediakan oleh Mie Gacoan pada mahasiswa Universitas Merdeka Malang dengan judul. "PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIE GACOAN (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS MERDEKA MALANG)"

B. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang yang sudah di jelaskan di atas, maka peneliti merumuskan rumusan masalah berikut ini :

1. Apakah Harga, promosi, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan?
2. Apakah Harga, promosi, dan kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan?
3. Manakah diantara Harga, Promosi, dan kualitas produk yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan?

C. TUJUAN PENELITIAN

Dari rumusan masalah yang ada di penelitian ini, berikut tujuan dari penelitian ini :

1. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara harga, promosi, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan
2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara harga, promosi, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan

3. Untuk mengetahui yang paling berpengaruh dominan antara harga, promosi, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan

D. KEGUNAAN PENELITIAN

Dari penelitian ini, adanya harapan untuk memperoleh manfaat yang baik dan positif secara akademis dan praktis, yaitu:

1. Secara Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi manfaat dan acuan bagi ilmu komunikasi khususnya dalam bidang *marketing communication* terhadap pertimbangan penggunaan *promotion* dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.

2. Secara Umum

Diharapkan bahwa temuan dari penelitian ini bisa memberikan kontribusi dan masukan untuk pebisnis makanan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang akan digunakan kaitannya dengan harga, promosi, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan mie gacoan.

3. Untuk Perusahaan

Diharapkan Penelitian ini dapat membantu Perusahaan memahami apa yang diinginkan konsumen dan kebiasaan konsumen terkait olahan mie instan, termasuk dari segi harga, promosi dan kualitas produknya sehingga menciptakan kepuasan bagi konsumennya.