

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini membuat sebuah waralaba atau pengusaha makanan dan minuman harus lebih berhati-hati dalam menyikapi persaingan yang ada. Konsumen semakin kritis dalam menentukan pilihannya. Untuk memenangkan persaingan tidak mudah, tidak hanya cukup dengan mengandalkan kualitas produk, tapi juga memberikan harga yang terjangkau. Tujuan akhirnya adalah untuk mendapatkan loyalitas pelanggan atau kesetiaan pelanggan. Mencapai tingkat kepuasan pelanggan tertinggi adalah tujuan utama pemasaran yang implikasinya adalah mencapai kepuasan sebagian tidak cukup untuk membuat pelanggan setia kembali lagi, maka jika pelanggan merasa puas akan pelayanan yang didapatkan pada saat proses transaksi maka besar kemungkinan pelanggan akan kembali lagi dan merekomendasikan kepada orang lain.

Obyek penulis dalam melakukan penelitian ini adalah Kober Mie Setan Cabang Semolowaru Surabaya merupakan usaha kuliner yang saat ini sedang naik daun dengan ciri khas dari usaha kuliner Kober Mie Setan adalah nama yang terbilang unik dan menyeramkan membuat masyarakat penasaran dan antusias untuk berkunjung ketempat tersebut. Kober Mie Setan menawarkan produk makanan mie dengan berbagai macam tingkat level kepedasan yang bisa dipilih dan berbagai macam minuman yang tidak kalah seram. Mie kober setan ini memiliki produk yang unik dibanding para pesaing diluar sana. Dengan kata lain Kober Mie Setan ini sudah menjadi mie pedas dengan berbagai sensasi level kepedasan yang cukup menantang.

Kober Mie setan merupakan hidangan sejenis cwimie yang direbus disertai dengan siomay kukus, kornet sapi, pangsit goreng, selada dan taburan

daun bawang dengan level kepedasan mulai dari level 1 sampai level 5 dengan jumlah cabai yang bervariasi di setiap tingkatan levelnya. *Request* cabai merupakan inovasi terbaru dari Kober Mie Setan. Konsumen dapat memesan mie dengan jumlah cabai sesuai permintaan konsumen dan diperuntukkan bagi konsumen yang sangat menyukai makanan pedas, jadi mereka bisa *request* cabai sesuai keinginan dengan harga yang sama. Berbagai macam jenis minuman dalam *outlet* Kober Mie Setan mulai dari minuman dingin dengan campuran buah segar, susu dan sirup, minuman dingin dan panas serta tersedia air mineral.

Dalam melakukan inovasi Kober Mie Setan selalu memperhatikan pasar agar bisa diterima oleh target konsumen yang dituju sebagian besar merupakan kalangan pelajar, mahasiswa dan keluarga. Hal ini bertujuan agar konsumen tidak bosan dengan dengan menu yang sudah ada dan tetap setia dengan kuliner Kober Mie Setan. Tempat dan Lokasi adalah salah satu aspek strategi pemasaran yang memiliki peranan penting dalam meningkatkan permintaan suatu produk. Penentuan tempat usaha secara tepat menjadikan hal yang penting dalam berlangsungnya suatu usaha untuk menarik konsumen. Menurut pendapat yang dikemukakan oleh Bitner, M. J dan Zeithaml dalam Ridwansyah (2017:19) yang menyatakan tempat adalah gabungan dari lokasi dan distribusi yang berhubungan dengan cara penyampaian barang melalui lokasi yang strategis.

Kober Mie Setan memiliki tempat yang unik dengan desain interior yang menarik. Desain interior ruangan Mie Setan didesain berbeda dengan tempat lainnya, karena tempat ini memiliki meja makan dibagian *outdoor* dan *indoor* ruangan. Hal unik lainnya adalah meletakkan kasir dibagian kiri pintu masuk, dengan tujuan memudahkan pelanggan untuk memesan makanan. Keunggulan tempat ini pada pembuatan system *Open Kitchen* , dengan memperlihatkan

dapur pada pelanggan dengan tujuan agar pelanggan melihat secara langsung pembuatan dan penyajian makanan, manfaat lainnya agar pelanggan mengetahui keamanan dan kebersihan makanan dan untuk membuat konsumen Kober Mie Setan menyukai tempat Kober Mie Setan dan nyaman berada ditempat ini dengan fasilitas yang sudah diberikan oleh Kober Mie Setan. Tidak heran apabila mayoritas konsumen Kober Mie Setan melakukan pembelian berulang. Hal tersebut membuktikan bahwa Kober Mie Setan bisa diterima dengan baik oleh konsumen.

Kualitas produk adalah faktor penentu untuk kepuasan pelanggan setelah pembelian dan penggunaan produk. Dengan kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap produk yang akan digenapi. Produk merupakan unsur pertama dan paling penting dalam bauran pemasaran. Perencanaan bauran pemasaran dimulai dengan memformulasikan suatu penawaran yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong (2014:253) *“Product quality is the characteristic of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer needs”* yang bila diartikan dalam Bahasa Indonesia, “kualitas produk adalah karakter yang dimiliki sebuah produk yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan”.

Selain ditinjau dari kualitas suatu produk, faktor harga juga merupakan hal penting yang menjadi pertimbangan konsumen. Harga merupakan salah satu faktor penting dari sisi penyedia jasa untuk memenangkan suatu persaingan dalam memasarkan produknya, oleh karena itu harga harus ditetapkan.

Kotler dan Keller dalam Arlyn (2016:1), menyatakan *“Prices should reflect the value consumers are willing to pay versus prices should reflect only the cost of making a product or delivering a service”*. Maksud dari pengertian tersebut adalah harga harus mencerminkan nilai konsumen bersedia membayar harga

dibandingkan harus mencerminkan hanya biaya pembuatan produk atau memberikan layanan.

Menurut manajer Kober Mie Setan menyatakan “jika bertanya masalah pesaing, tentunya mie setan ini memiliki banyak pesaing diluar sana, seperti Mie Jongging dan lainnya dengan menjual produk dan kualitas yg sama. Dengan adanya pesaing merupakan hal yang positif untuk terus berinovasi mengembangkan kuliner kami agar bisa diterima dengan baik oleh konsumen. Pesaing dari Kober Mie Setan sendiri ialah Mie Jogging sama-sama menyajikan mie yang pedas dan suasana nongkrong bagi anak muda, tempat yang strategis menjadi tempat makan yang sangat patut dicoba, tapi Kober Mie Setan sendiri tidak mau kalah pesaingnya, Kober Mie Setan selain memberikan suasana nongkrong, Kober Mie Setan juga memberikan suasana vintage yang sangat unik dan yang tidak ada di Mie Jogging. Level dari rasa mie tersebut yang tidak mencapai 60 cabe itu menjadi perbedaan dari kedua tempat makan tersebut.

Kepuasan pelanggan menjadi variabel yang memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan serta tidak lupa untuk membenahi faktor lokasi supaya pelanggan merasa puas ketika akan melakukan pembelian. Apabila pelanggan merasakan kualitas pelayanan dengan baik maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan merasa puas akan kualitas produk dan harga yang didapatkan pada saat proses transaksi besar kemungkinan mereka akan kembali lagi dan pelanggan akan memberikan umpan balik apabila seorang pelanggan merasa puas.

Suasana lokasi yang strategis memiliki ciri khas berbeda-beda menjadi salah satu daya tarik bagi para konsumen. Kesesuaian tingkat harga, kualitas produk dan tempat yang strategis dengan perkiraan terhadap kepuasan para konsumen akan mendorong jumlah kunjungan tetapi bila perkiraan tidak sesuai, konsumen akan mengambil keputusan untuk melakukan pembelian ditempat lain.

Kualitas produk yang ditawarkan dan layanan purna jual dapat memuaskan konsumen sebagai fasilitas tambahan dan menjaga kepercayaan konsumen.

Layanan ini mengakibatkan jumlah kunjungan akan terjaga melalui konsumen setia. Ketatnya persaingan antar waralaba mie yang ada, membuat pengusaha waralaba kober mie setan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen, sehingga harus menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumennya dalam upaya menarik minat konsumen untuk berkunjung.

Perilaku konsumen secara rasional akan memaksimalkan kepuasan sesuai dengan kemampuan pendapatannya (*budgetline*). Adanya perbedaan pelayanan, tingkat kesesuaian harga, fasilitas, kualitas produk dan lokasi Kober Mie Setan memberikan informasi dari setiap tempat akan mempengaruhi tingkat kepuasan maksimal konsumen yang akan dicapai terhadap jumlah kunjungan serta minat beli kembali konsumen ke Kober Mie Setan tersebut.

Berdasarkan pemikiran tersebut diatas, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang akan dilakukan pada Kober Mie Setan Cabang Semolowaru Surabaya dengan judul "Pengaruh Penetapan Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Kober Mie Setan Cabang Semolowaru Surabaya".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang sudah dikemukakan dalam latar belakang, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah penetapan harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kober Mie Setan Cabang Semolowaru Surabaya?
2. Apakah kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kober Mie Setan Cabang Semolowaru Surabaya?

3. Apakah lokasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kober Mie Setan Cabang Semolowaru Surabaya ?
4. Apakah penetapan harga memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Kober Mie Setan Cabang Semolowaru Surabaya?
5. Apakah kualitas produk memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Kober Mie Setan Cabang Semolowaru Surabaya?
6. Apakah lokasi memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Kober Mie Setan Cabang Semolowaru Surabaya ?
7. Apakah kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Kober Mie Setan Cabang Semolowaru Surabaya?

1.3 Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas maka penulis menentukan tujuan penulisan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh penetapan harga terhadap kepuasan pelanggan di Kober Mie Setan Cabang Semolowaru Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Kober Mie Setan Cabang Semolowaru Surabaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan di Kober Mie Setan Cabang Semolowaru Surabaya.
4. Untuk mengetahui pengaruh penetapan harga terhadap loyalitas pelanggan di Kober Mie Setan Cabang Semolowaru Surabaya.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di Kober Mie Setan Cabang Semolowaru Surabaya.
6. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan di Kober Mie Setan Cabang Semolowaru Surabaya.

7. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan di Kober Mie Setan Cabang Semolowaru Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Aspek Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan mengembangkan wawasan tentang ilmu pengetahuan yang telah didapatkan, khususnya mengenai variabel penetapan harga, kualitas produk, lokasi, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

2. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan lebih memperkaya ilmu pengetahuan dibidang penetapan harga, kualitas produk, lokasi, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dan dapat menjadi bahan referensi untuk pengembangan penelitian berikutnya.

3. Aspek Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan tambahan informasi dan masukan sebagai bahan pertimbangan bagi Kober Mie Setan Cabang Surabaya yang bertujuan untuk lebih melakukan inovasi supaya dapat bersaing di dunia kuliner khususnya untuk menciptakan pelanggan yang loyal dan membuat pelanggan merasa puas.