

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di zaman modern seperti saat ini usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman banyak menarik minat konsumen khususnya anak muda, hal ini dikarenakan usaha dibidang ini berkembang dengan sangat pesat melalui inovasi dari pihak pengusaha. Saat ini usaha dibidang makan dan minuman di kota Surabaya banyak bermunculan dengan menawarkan keunggulan serta karakteristik tersendiri untuk menarik konsumen.

Perkembangan usaha dibidang kuliner tentu tak lepas dari keberagaman kuliner yang ada di Indonesia, karena di setiap daerah memiliki ciri khas tersendiri khususnya di Surabaya. Tidak hanya itu, keberagaman kuliner tersebut bukan satu-satunya faktor yang mendorong tumbuh kembang usaha dibidang ini. Faktor yang tidak kalah pentingnya adalah partisipasi anak muda yang turut terjun untuk menekuni usaha dibidang ini. Dari data yang dihimpun melalui situs Gobiz.co.id, usaha kuliner di Jawa Timur khususnya di kota Surabaya meningkat cukup signifikan hingga sekitar 20% di tahun 2019 pada kuartal pertama. Yang cukup menjadi perhatian adalah sumbangsih anak muda pada bisnis ini cukup besar, yakni sekitar 40% anak muda menggeluti bisnis ini. Hal ini membuat persaingan bisnis dibidang kuliner menjadi kian menarik lantaran anak muda tentu memiliki gairah yang tinggi ketika melakukan sesuatu, selain itu ide-ide baru bermunculan untuk meramaikan persaingan di bisnis ini.

Akan tetapi, sebagaimana lumrahnya setiap bisnis tentu mempunyai peluang yang gagal. Ditambah dengan persaingan yang cukup ketat pada bisnis ini, serta perubahan dan pergeseran dari target pasar nya. Akhirnya, beberapa

bisnis kuliner harus gulung tikar dan hanya tersisa sedikit yang masih tetap *survive* di waktu yang cukup singkat. Masalah tersebut tentu harus diperhitungkan secara matang oleh pelaku usaha sebelum terjun pada bisnis ini. Diharapkan nantinya pengusaha harus jeli dalam mengambil keputusan guna bisnis dapat terus berjalan dan bersaing dengan kompetitor.

Di dalam sebuah bisnis, adanya pesaing atau kompetitor merupakan ancaman yang dapat membuat bisnis tidak berkembang atau bahkan mengalami kebangkrutan. Dengan memiliki bisnis yang berkembang dengan pesat, belum tentu dapat menjamin bisnis tersebut dapat bertahan dengan waktu yang lama, untuk itu manajemen perlu menganalisa persaingan. Pelaku usaha harus mampu memiliki pengetahuan tentang hal ini sebelum memulai bisnis. Agar ketika bisnis sudah berjalan mampu mengatasi ketika berada di situasi tersebut.

Untuk dapat terus berada dalam persaingan bisnis, strategi pemasaran adalah hal yang juga wajib dikuasai oleh pelaku usaha agar mampu menarik calon konsumen dan mempertahankannya. Menganalisa pangsa pasar dengan tepat akan membuat tujuan tersebut dapat dicapai. Memiliki konsumen yang loyal terhadap bisnis dan produk yang ditawarkan pelaku usaha dapat dicapai dengan strategi pemasaran yang tepat, tujuan utamanya adalah tentu kepuasan konsumen.

Dalam model pemasaran modern, kepuasan konsumen merupakan hal utama yang mendasar. Perusahaan yang dapat menciptakan serta menjaga pelanggan untuk tetap loyal terhadap bisnisnya tentu dapat memenangkan persaingan bisnis. Kotler dalam Regina dan Hermani, (2019) berpendapat bahwa kepuasan konsumen terjadi ketika konsumen tersebut melakukan perbandingan

pada persepsi dengan kinerja produk dengan harapannya dan berakhir pada perasaan konsumen entah itu senang atau kecewa.

Faktor yang dapat menjadi pertimbangan dalam menciptakan kepuasan konsumen ialah kualitas produk. Pada persaingan bisnis, kualitas produk adalah faktor yang memiliki peran yang cukup penting. Dengan mengeluarkan produk berstandar tinggi, dapat membuat perusahaan mampu bersaing dengan kompetitor nya atau bahkan memenangkan persaingan tersebut. Persaingan yang semakin ketat pada produk tentu memiliki dampak yang positif untuk para konsumen, hal tersebut dikarenakan perusahaan akan berlomba-lomba dalam berinovasi sehingga akan timbul keberagaman produk dan konsumen akan memiliki banyak opsi untuk mendapatkan produk yang sesuai dengan keinginannya.

Menurut Kotler dan Gery dalam Ratriningrum (2016:23) berpendapat bahwa kualitas produk merupakan fungsi dari produk tersebut sudah sejauh mana dapat memenuhi karakteristiknya. Produk yang bebas dari cacat serta memenuhi standard produk merupakan produk dengan memiliki kualitas yang baik. Maka dalam hal ini produsen dituntut untuk memberikan produk yang berkualitas demi menjaga konsumennya.

Dalam menciptakan produk yang dapat menarik minat konsumen tentu dibutuhkan usaha yang tidak mudah diantaranya adalah riset ketika membuat produk. Dalam melakukan riset produk, perusahaan harus mengumpulkan sebanyak-banyaknya informasi mengenai produk yang diminati oleh konsumen. Riset dapat dilakukan dengan cara melakukan survei pada calon konsumen guna mengetahui keinginan konsumen terhadap produk.

Faktor selanjutnya adalah *Store Atmosphere*. Dalam usaha dibidang kuliner faktor *Store Atmosphere* bereran cukup penting dalam memberikan kepuasan konsumen. Menurut Kotler & Keller dalam Arif dan Ekasari (2020)

menyatakan bahwa *store atmosphere* merupakan tata lingkungan melalui kontak visual, penerangan, corak, musik serta aroma guna membentuk respon sentimental dan pemahaman konsumen serta guna mempengaruhi konsumen untuk membeli produk.

Jika kedua faktor diatas dapat diterima konsumen dengan baik maka minat beli konsumen kemungkinan akan terwujud. Menurut Kotler dalam Wardani (2015:28) Minat beli merupakan sebuah hal yang muncul selepas mendapatkan dorongan dari produk yang pertama kali dilihat, melalui aktivitas tersebut akhirnya timbul perhatian dalam membeli dan memiliki produk tersebut. Minat beli pelanggan muncul tidak dapat direncanakan apabila pelanggan telah merasa tertarik atau merespon dengan positif atas produk yang ditawarkan oleh penjual.

Pada tahun 2010 Kober Mie Setan didirikan tepatnya di kota Malang dan beralamat di jalan Bromo. Kober Mie Setan didirikan oleh Aris Ardiansyah alias Gammy yang merupakan salah satu pengusaha muda. Nama Kober sendiri merupakan singkatan dari Kelompok bermain dimana kelompok tersebut merupakan sebuah komunitas untuk menuangkan ide-ide yang kreatif hingga hal tersebut membuat mereka akhirnya memutuskan untuk berbisnis dengan memodifikasi Mie khas Malang untuk dibuat sebagai mie pedas.

Dalam review yang diberikan oleh konsumen di akun media sosial Kober Mie Setan cabang Chairil Anwar beberapa konsumen menyayangkan penurunan kualitas produknya, seperti review yang diberikan oleh akun yang bernama Ayunur Fandani "*Pelayanan kurang baik, Makanan sudah menurun rasanya tidak seperti yang dulu, rasanya sekarang seperti mie yang sudah di masak lama sampai dingin lalu di sajikan, aku belinyaie iblis rasanya benar" kayak rasa kecap mie nya pun sangat keras, Dan penyajian sangat tidak baik dan sangat lama*".

Sedangkan review dari akun yang bernama Maya Maulida "*Tempatnya kurang strategis, ada kecoa di dinding, bersarang di bawah kursi pengunjung,*

kamar mandi tidak terlalu bersih, tempat sampah pas di depan pintu gerbang, kumuh selokannya, ada tikus". Hal ini harus tentunya harus menjadi acuan pihak manajemen Kober Mie Setan cabang Chairil Anwar dalam memberikan kepuasan konsumen.

Dari permasalahan diatas maka judul yang diambil dalam penelitian ini adalah "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MELALUI MINAT BELI DI KOBER MIE SETAN CABANG CHAIRIL ANWAR SURABAYA"

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Kober Mie Setan cabang Chairil Anwar Surabaya ?
2. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Kober Mie Setan cabang Chairil Anwar Surabaya ?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kober Mie Setan cabang Chairil Anwar Surabaya ?
4. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kober Mie Setan cabang Chairil Anwar Surabaya ?
5. Apakah minat beli berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kober Mie Setan cabang Chairil Anwar Surabaya ?
6. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen melalui minat beli di Kober Mie Setan cabang Chairil Anwar Surabaya ?
7. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen melalui minat beli di Kober Mie Setan cabang Chairil Anwar Surabaya ?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan identifikasi masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisa dan mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen di Kober Mie Setan cabang Chairil Anwar Surabaya.
2. Untuk menganalisa dan mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap minat beli konsumen di Kober Mie Setan cabang Chairil Anwar Surabaya.
3. Untuk menganalisa dan mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Kober Mie Setan cabang Chairil Anwar Surabaya.
4. Untuk menganalisa dan mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen di Kober Mie Setan cabang Chairil Anwar Surabaya.
5. Untuk menganalisa dan mengetahui pengaruh minat beli terhadap kepuasan konsumen di Kober Mie Setan cabang Chairil Anwar Surabaya.
6. Untuk menganalisa dan mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen melalui minat beli di Kober Mie Setan cabang Chairil Anwar Surabaya.
7. Untuk menganalisa dan mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen melalui minat beli di Kober Mie Setan cabang Chairil Anwar Surabaya.

1.4 Manfaat penelitian

1. Bagi penulis
 - a. Untuk memenuhi syarat mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada program studi Manajemen.
 - b. Sebagai langkah penerapan ilmu pengetahuan yang diperoleh di bangku kuliah yang berupa teori-teori kedalam suatu kenyataan yang terjadi

dilapangan, sehingga teori yang diperoleh dapat digunakan pada kondisi sesungguhnya.

- c. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis berkaitan dengan dampak atau pengaruh kualitas produk dan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen melalui minat beli.
2. Bagi lembaga STIE Mahardhika
 - a. Dapat dijadikan refrensi bagi penulis lainnya yang melakukan penelitian tentang pengaruh pelatihan kerja, kompensasi dan beban kerja terhadap kinerja karyawan serta dampaknya terhadap loyalitas karyawan.
 - b. Memberikan masukan bagi pengembangan di jurusan manajemen sumber pemsaraan khususnya. Atau kajian bagi peneliti berikutnya untuk memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini.