

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam berkembangnya teknologi serta ilmu pengetahuan di Indonesia yang sudah meluas sekarang ini menimbulkan banyak adanya perubahan terutama di bidang perekonomian. Pada bidang ekonomi itu sendiri, persaingan semakin ketat terjadi baik di pasar luar negeri ataupun pasar dalam negeri. Persaingan produk di dalam pasar sekarang ini semakin beragam terutama persaingan dalam bidang usaha kuliner. Dengan diiringi adanya pengaruh globalisasi yang terjadi pada saat ini, yang bisa dilihat dari gaya hidup akan kebutuhan dari sisi makanan yang diminati masyarakat saat ini cenderung lebih memilih mengunjungi tempat makan cepat saji. Karena salah satu faktor penyebabnya adalah kesibukan maupun kebutuhan konsumen yang bermacam-macam dan munculnya berbagai penawaran produk yang menjadikan konsumen lebih memilih mana saja produk atau barang yang dapat memenuhi kepuasan serta kebutuhan konsumen.

Di kota Ponorogo sudah banyak terdapat berbagai rumah makan yang menjual makanan yang mengusung menu utama terbuat dari olahan mie. Banyak yang sudah masyarakat Ponorogo kenal. Berdasarkan pengamatan

tersebut penulis memfokuskan penelitian pada salah satu tempat yaitu “Warung Mie Gacoan”, yang beralamat di Jalan Raya Diponegoro, Kabupaten Ponorogo. Warung mie gacoan ini merupakan warung makan mie yang sudah tidak asing bagi semua orang terutama dikalangan anak muda pecinta kuliner mie berlevel pedas. Warung mie gacoan itu sendiri sudah memiliki banyak anak cabang yang tersebar diseluruh wilayah yang ada di indonesia diantaranya yaitu di Madiun, Mojokerto, Tulungagung, Pasuruan, Malang, Jombang, Solo, Yogyakarta, Bali, Blitar, dan Ngawi. Sudah tidak diragukan lagi bahwa mie gacoan tersebut sudah terkenal di berbagai daerah di Indonesia saat ini. Hal itu dapat di lihat dari perkembangan yang semakin baik dari berbagai sector pelayanan yang ada di “Warung Mie Gacoan”. Tentunya tidak terlepas dari kerjasama antar karyawan sehingga dapat memaksimalkan pelayanan kepada konsumen setiap waktu, serta berusaha menjaga kenyamanan konsumen saat mereka berada di “Warung Mie Gacoan”. Pelayanan ini salah satu contoh upaya yang dapat meningkatkan bertambahnya pengunjung di “Warung Mie Gacoan”. Masih banyak upaya yang harus dilakukan serta di tingkatkan dari berbagai sector untuk mencapai dan memberikan kesan pengalaman pada konsumen yang cukup menarik setelah berkunjung di Warung Mie Gacoan Ponorogo agar datang Kembali di lain waktu.

Kepuasan konsumen untuk perusahaan menjadi salah satu tujuan yang utama, dimana perusahaan nantinya akan menciptakan strategi yang handal agar produknya mampu bersaing di pasaran dan di terima oleh konsumen. Perusahaan harus mampu menempatkan produknya untuk siap bersaing di tengah – tengah masyarakat. Berbagai upaya dilakukan dengan harapan dapat memuaskan konsumen agar mau melakukan pembelian ulang produk. Memberikan keuntungan untuk perusahaan dan membawa usaha perusahaan semakin berkembang dan bertambah luas. Banyak produsen saling berlomba untuk dapat memenuhi kepuasan dan kebutuhan pelanggan semaksimal mungkin.

Menurut Kotler (2000), “kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang didapat dibandingkan dengan harapan. Jika kualitas pelayanan yang baik diterapkan didalam suatu perusahaan maka akan memberikan kepuasan bagi para pelanggannya, begitu pun sebaliknya apabila kualitas yang diberikan oleh perusahaan buruk maka tidak akan memberikan kepuasan pada pelanggan. Oleh sebab itu, perusahaan harus memikirkan pentingnya pelayanan sebaik mungkin melalui kualitas pelayanan agar konsumen merasa puas sehingga nantinya tujuan perusahaan dapat tercapai dalam memberikan kepuasan terhadap konsumennya”.

Tolak ukur dalam suatu keberhasilan sebuah perusahaan adalah kepercayaan konsumen terhadap produk yang kita tawarkan. Dengan adanya kepuasan dan kepercayaan yang di berikan oleh perusahaan kepada konsumen semakin lama otomatis akan membuat bertambahnya konsumen untuk mengambil produk atau barang dari perusahaan kita. Secara tidak langsung akan menambah konsumen dengan begitu jumlah pelanggan akan semakin bertambah. (Lupiyoadi dan Hamdani, 2011).

Maka sudah tidak perlu diragukan lagi bahwa peluang bisnis sangat membutuhkan, mencari dan mempertahankan akan kepuasan pelanggan, karena itu penting untuk diperhatikan perusahaan. Guna meningkatkan pelayanan pada pelanggan yaitu dengan memberikan kualitas maksimal dan ramah ke pelanggan. Jika sudah mampu membuat tertarik pada pelanggan pasti berpengaruh terhadap jumlah konsumen mereka. Dengan begitu akan lebih banyak konsumen yang memilih berkunjung ke tempat mereka.

Menurut Kotler (2000), “*kualitas pelayanan* merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi”. Dengan berjalannya waktu suatu saat konsumen membutuhkan pelayanan yang berbeda dan lebih mudah cepat tepat pelayanan yang sesuai kebutuhan konsumen. Konsumen akan menilai pelayanan yang diberikan oleh

Warung Mie Gacoan Ponorogo. Dengan perubahan atau perbedaan dari sisi pelayanan pada konsumen, dengan begitu masyarakat akan sudah bisa untuk memilih dan menilai sendiri.

Selain kualitas pelayanan yang perlu untuk diperhatikan lagi yaitu tentang nilai pelanggan, menurut Gootain (Tjiptono, 2005), pengertian “*customer value/nilai pelanggan* adalah sebagai ikatan emosional yang terjalin antara pelanggan dan produsen setelah pelanggan menggunakan produk dan jasa dari perusahaan dan mendapat produk atau jasa tersebut memberi nilai tambah”. Warung Mie Gacoan merupakan salah satu tempat makan mie yang ingin memberikan nilai bagi para konsumen dengan memberikan konsep *middle ages (setengah umur)* baik segi suasana interior dan eksterior yang ada pada rumah makan, hingga berbagai sajian menu yang dihidangkan. Adanya daya tarik tersendiri untuk konsumen, berbagai interior yang ada di dalamnya memberikan fasilitas *photo session* untuk pengunjungnya. Pihak Mie Gacoan harus benar-benar memperhatikan betul akan keinginan dari konsumennya. Karena saat ini banyak perubahan terhadap konsumen, dimana konsumen tidak hanya memilih makanan dari segi rasa yang enak, murah saja akan tetapi juga menilai kualitas, suasana dan konsumen tidak segan untuk dibandingkan dengan tempat makan lainnya di Ponorogo.

Meyer & Schwager berpendapat (2007), “customer experience adalah tanggapan pelanggan secara internal dan subjektif sebagai akibat dari interaksi secara langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan. Hubungan secara langsung ini biasanya dikarenakan adanya inisiatif dari konsumen. Hal ini biasanya terjadi pada bagian pembelian dan pelayanan. Sedangkan hubungan tidak langsung sering melibatkan pertemuan yang tidak direncanakan, seperti penampilan produk dan merek, iklan, dan event promosi lainnya”. Chen & Lin (2014) berpendapat, “customer experience didefinisikan sebagai pengakuan kognitif atau persepsi menstimulasi motivasi pelanggan”. Dari persepsi tersebut membuat meningkatnya nilai suatu produk dan jasa. Customer experience atau pengalaman konsumen adalah suatu hasil interaksi langsung yang dilakukan konsumen dengan suatu perusahaan baik itu secara fisik dan secara emosional. Dari interaksi ini hasilnya mempengaruhi penilaian dan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

Warung Mie Gacoan merupakan satu dari berbagai perusahaan yang bergerak di industri kuliner yang memberikan customer experience di dalam usahanya. Warung Mie Gacoan memberikan pengalaman yang menarik di hati konsumen nya sehingga konsumen merasa senang dan nyaman ketika berkunjung di warung tersebut. Pihak Mie Gacoan gencar melakukan promosi menarik di media social terutama instagram , warung makan mie dengan

berbagai level pedas itu pun menawarkan promo-promo yang menarik seperti diskon potongan harga untuk menu-menu andalan baru yang menggoda untuk konsumennya. Selain menarik dalam bidang promosi, Mie Gacoan juga memberikan keunggulan dan pengalaman yang baik kepada konsumen dari segi fasilitas tempat seperti adanya wifi, kipas angin, serta sarana cuci tangan dan toilet yang bersih, sehingga konsumen terkesan dibuat sangat nyaman ketika berkunjung dan selalu mengingat restoran tersebut. Pengalaman yang dirasakan menjadi pertimbangan konsumen ketika memilih restoran yang akan dikunjungi. Sehingga pihak warunk Mie Gacoan perlu memperhatikan customer experience untuk memberikan kepuasan konsumenn sehingga diharapkan perusahaan dapat unggul dalam persaingan dengan perusahaan lainnya. “Harapan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan pada pasca pembelian dari evaluasi pengalaman dalam pembelian (Verhoef 2009)”. Dimana harapan pelanggan sesuai dengan ekspektasi maka pelanggan mendapat pengalaman yang baik dan kepuasan tersendiri sehingga akan membuat pelanggan melakukan pembelian ulang. Pengalaman positif yang diperoleh konsumen dapat menciptakan ikatan yang bersifat emosional antara suatu produk milik perusahaan dan pelanggan yang nantinya akan meningkatkan kesetiaan konsumen terhadap produk tersebut. Karena konsumen merasa puas atas produk yang diberikan perusahaan tersebut.

Konsumen dengan mudah dapat membedakan produk dan jasa satu dengan jenis produk lainnya, karena konsumen tersebut dapat merasakan dan mendapat pengalaman pribadi secara langsung dengan lima pendekatan diantaranya sense, feel, think, act, relate, baik sebelum konsumen, dan pada saat mengkonsumsi sebuah produk atau pun menggunakan sebuah jasa.

Warung Mie Gacoan Ponorogo diharapkan untuk dapat mengerti kemauan atau harapan konsumennya akan kualitas pelayanan yang mereka berikan agar memenuhi kepuasan konsumennya. Maka dari itu pihak Mie Gacoan melakukan berbagai upaya peningkatan kualitas pelayanan di restoran mereka dengan cara pemilihan pekerja yang memiliki sikap dan kemampuan yang baik mengingat satu diantara factor penting dalam usaha bisnis kuliner yaitu sumber daya manusia. Untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen bisa dilihat berdasarkan dimensi kualitas pelayanan yaitu diantaranya bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Pelayanan dominan menekan pada kepuasan konsumen sehingga tercipta rasa kesetiaan atau loyal kepada perusahaan yang dirasa konsumen sudah memberi suatu kualitas pelayanan yang baik, mempertahankan penilaian positif yang telah diberikan konsumen (customer value) serta memberikan kesan pengalaman konsumen yang baik dan menarik terhadap diri konsumen itu sendiri (Customer Experience).

Berdasarkan dari beberapa uraian masalah yang dijelaskan di atas, maka peneliti disini tertarik untuk melakukan suatu penelitian yaitu dengan judul **“Pengaruh Service Quality, Customer Value, dan Customer Experience terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen di Mie Gacoan Kabupaten Ponorogo)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Mie Gacoan Kabupaten Ponorogo?
2. Apakah *Customer Value* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Mie Gacoan Kabupaten Ponorogo?
3. Apakah *Customer Experience* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Mie Gacoan Kabupaten Ponorogo?
4. Apakah *Service Quality, Customer Value, dan Customer Experience* berpengaruh secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen di Mie Gacoan Kabupaten Ponorogo?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut antara lain yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Service Quality* terhadap Kepuasan Konsumen di Mie Gacoan Kabupaten Ponorogo.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Customer Value* terhadap Kepuasan Konsumen di Mie Gacoan Kabupaten Ponorogo.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Customer Experience* terhadap Kepuasan Konsumen di Mie Gacoan Kabupaten Ponorogo.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Service Quality*, *Customer Value*, dan *Customer Experience* secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen di Mie Gacoan Kabupaten Ponorogo.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sarana untuk pembelajaran dan penulisan karya ilmiah. serta sebagai sarana untuk mengetahui kemampuan diri dan pemahaman individu dalam mengimplementasikan ilmu yang dipelajari selama perkuliahan

2. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Hasil penelitian ini diharapkan bisa untuk menambah hasanah keilmuan sebagai kepustakaan apabila diperlukan kajian dan penelitian lanjutan, serta hasil penelitian ini juga bisa dijadikan informasi yang baru untuk Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan nantinya bisa digunakan untuk memberikan ide sumbangan pemikiran serta informasi tentang pengaruh kualitas pelayanan, nilai pelanggan, dan pengalaman pelanggan terhadap kepuasan konsumen kepada manajemen perusahaan tersebut.

4. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan dan referensi selanjutnya dalam sebuah penelitian.

