

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan di bidang ekonomi menyebabkan perkembangan dunia usaha juga mengalami pertumbuhan dan kemajuan yang pesat. Hal ini membuat para produsen berpikir lebih kritis, kreatif, dan inovatif terhadap perubahan-perubahan yang terjadi, baik di bidang sosial, budaya, politik, maupun ekonomi, yang semuanya dibuktikan dengan munculnya perusahaan-perusahaan baru. Begitu juga dengan usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman. Setiap perusahaan dituntut untuk bersaing secara kompetitif dalam hal strategi bisnis untuk mencapai tujuan perusahaan dan memahami apa yang terjadi di pasar dan apa yang diinginkan konsumen.

Pola hidup masyarakat saat ini memang cenderung lebih menyukai makanan cepat saji dan praktis dibandingkan dengan makanan rumahan yang harus dibuat sendiri. Hal ini disebabkan oleh kemajuan teknologi dan gaya hidup yang semakin sibuk, sehingga konsumen lebih memilih untuk menghemat waktu dengan membeli makanan siap saji di luar rumah. Perubahan gaya hidup ini juga mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih tempat makan. Rumah makan atau restoran menjadi tempat yang populer untuk melakukan pertemuan bisnis, berkumpul dengan teman, rekan kerja, atau keluarga, dan juga sebagai tempat rekreasi (Rahmawati, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa restoran tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk makan, tetapi juga sebagai tempat sosialisasi dan interaksi sosial.

Salah satu bisnis makanan cepat saji yang sedang viral dan perkembangannya sangat pesat saat ini yaitu Mie Gacoan. Mie Gacoan merupakan salah satu pelopor mie di Indonesia yang saat ini sudah memiliki cabang dimana-mana. Semua kalangan mulai dari anak-anak hingga orang dewasa pasti tahu dan pernah makan mie gacoan. Mie gacoan memiliki ciri khas yaitu mie pedas dan kering tanpa kuah. Ada berbagai jenis mie suit, mie hompimpa dan mie gacoan. Selain menjual mie, Mie Gacoan juga menawarkan makanan ringan dengan jumlah kecil seperti udang rambutan, udang keju, lumpia udang, dan pangsit. Mie Gacoan juga memiliki banyak pilihan menu minuman, seperti es petak umpat, es sluku bathok, es gobak sodor, thai tea dan pilihan jenis minuman lainnya.

Dalam memilih produk makanan, konsumen dipengaruhi oleh kebutuhan dan keinginan individu serta pengalaman sebelumnya dengan produk yang telah dicoba (Alinda & Adinugraha, 2022). Konsumen dapat menjadi loyal terhadap suatu produk makanan jika mereka merasa puas dengan pengalaman sebelumnya dan merasa bahwa produk tersebut memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka, sehingga konsumen tertarik untuk melakukan pembelian ulang. Minat beli ulang merupakan kegiatan membeli ulang produk yang pernah dibeli sebelumnya (Andari & Mathori, 2023). Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat konsumen untuk melakukan pembelian ulang salah satunya adalah kualitas produk. Kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya hal ini termasuk durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoprasian dan reparasai produk (Kotler & Amstrong dalam Teressa *et al.*, 2024). Dalam hal ini didukung dengan pernyataan bahwa kualitas produk yang ditetapkan

perusahaan berpengaruh pada kesuksesan dan jalannya kegiatan pembelian yang dilakukan perusahaan serta berpengaruh juga kepada pemasukan atau laba yang diterima perusahaan. Mempertahankan kualitas produk sangat penting untuk diperhatikan. Dengan adanya kualitas yang baik, perusahaan dapat menarik perhatian, sehingga produk dibeli dan dikonsumsi, yang pada gilirannya dapat meningkatkan niat beli ulang pelanggan. Menjaga kualitas produk adalah aspek yang krusial. Oleh karena itu, bisnis perlu meningkatkan kualitas produk dan layanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan menjaga keberlanjutan bisnis (Wantara, 2025). Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa kualitas produk dapat mempengaruhi minat beli konsumen (Ramdhani & Widyasari, 2022), (Purba & Madiawati, 2024), (Teressa *et al.*, 2024), (Permatasari *et al.*, 2022), akan tetapi berbanding terbalik dengan penelitian terdahulu yang lainnya yang membuktikan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang (Sartika, 2020).

Faktor lain yang dapat mempengaruhi minat konsumen dalam melakukan pembelian ulang adalah kualitas layanan. Kualitas pelayanan memiliki peranan penting dalam mempengaruhi minat beli konsumen, karena dengan pelayanan yang baik maka konsumen akan tertarik untuk melakukan keputusan pembelian (Andari & Mathori, 2023). Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa kualitas layanan menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli ulang (Andari & Mathori, 2023), (Wijiastuti & Cantika, 2021), (Sulastri, 2022), (Law & Fridayani, 2024), akan tetapi berbanding terbalik dengan penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa kualitas

layanan berpengaruh tidak signifikan terhadap pembelian ulang (N. E. Lestari, 2021).

Harga juga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat pembelian ulang, karena harga merupakan salah satu elemen dari bauran pemasaran yang dianggap cukup menarik bagi konsumen dalam menentukan keputusan untuk membeli suatu produk (Ramdhani & Widyasari, 2022). Dalam penelitiannya terdahulu juga membuktikan bahwa harga berpengaruh terhadap minat konsumen melakukan pembelian ulang (Ramdhani & Widyasari, 2022), (B. Lestari & Novitaningtyas, 2021), (A. N. Salsabila *et al.*, 2022) akan tetapi berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Jiwandono yang membuktikan bahwa harga berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian ulang (Wijastuti & Cantika, 2021).

Penelitian ini dilakukan pada Mie Gacoan, dimana mie gacoan cukup sukses dalam mengembangkan bisnis kuliner mie dengan cita rasa pedas di Indonesia. Terlahir dari perusahaan PT Pesta Pora Abadi, yang beroperasi di Krian Sidoarjo pada tahun 2023. Kehadirannya di Krian Sidoarjo dan sebagai bagian dari jaringan restoran mie pedas nomor satu di Indonesia menunjukkan bahwa Mie Gacoan memiliki potensi pasar yang besar di Indonesia. Masyarakat Sidoarjo senang akan beroprasinya Mie Gacoan ini. Meski punya banyak kompetitor, tetapi Mie Gacoan selalu ramai pembeli. Bahkan, antrean pesannya sampai mengular. Apalagi setelah restoran mie pedas resmi mengantongi sertifikat halal MUI pada November 2022 lalu. dikenal sebagai sebagai gerai mie pedas. Beberapa varian mie-nya seperti Mie Suit dengan rasa asin, Mie Hompimpa dengan sensasi pedas asin, dan Mie

Gacoan yang terasa pedas manis. Selain itu, tersedia pula aneka dimsum, seperti pangsit goreng, siomai, udang keju, udang rambutan, lumpia udang, dan ceker.

Setelah melakukan observasi secara langsung ketempat Mie Gacoan, dominan pembeli mie gacoan merupakan anak-anak muda dari berbagai kalangan. Walaupun ramai pembeli dan antrian yang cukup panjang tidak menyurutkan minat mereka untuk membeli Mie Gacoan, karena harga yang dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat, serta lokasi mie gacoan yang strategis. Banyaknya pembeli yang berkunjung membuktikan bahwa konsumen merasa puas dengan kualitas dan pelayanan restoran dan membuktikan bahwa konsumen memiliki ketertarikan yang tinggi untuk melakukan pembelian ulang Mie Gacoan di Krian Sidoarjo. Berdasarkan informasi diatas tersebut maka penulis mengajukan penelitian dengan judul tentang “Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan harga terhadap niat pembelian ulang produk Mie Gacoan di Krian Sidoarjo”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan oleh penulis, maka penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap niat pembelian ulang Produk Mie Gacoan di Krian Sidoarjo?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap niat pembelian ulang Produk Mie Gacoan di Krian Sidoarjo?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap niat pembelian ulang Produk Mie Gacoan di Krian Sidoarjo?

4. Apakah kualitas produk, kualitas layanan, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap niat pembelian ulang Produk Mie Gacoan di Krian Sidoarjo?

1.3 Batasan Masalah

Keterbatasan pengetahuan, kemampuan dana serta waktu, maka penulis membatasi masalah hanya pada ruang lingkup antara variabel Kualitsa Produk (X1), Kualitas Layanan (X2), dan Harga terhadap Niat Pembelian Ulang (Y). Objek penelitian ini adalah konsumen Mie Gacoa di Krian.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan uraian masalah di atas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap pembelian ulang pelanggan pada produk Mie Gacoan
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap pembelian ulang pelanggan pada produk Mie Gacoan
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap pembelian ulang pelanggan pada produk Mie Gacoan

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi informasi yang digunakan dalam meningkatkan kinerja karyawan melalui

proses rekrutmen dan proses seleksi sesuai dengan perusahaan harapan. Selain itu adanya penelitian ini berguna menjadi masukan dalam menerapkan pengembangan sumber daya manusia (SDM) yang ada pada perusahaan.

2. Bagi STIAMAK Barunawati

Penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan dan wawasan untuk mahasiswa dalam berpikir, menambah literatur perpustakaan sehingga bermanfaat bagi semua pihak, sekaligus dapat menerapkan teori dalam bidang manajemen pengembangan sumber daya manusia (SDM) khususnya mengenai proses rekrutmen dan proses seleksi yang berpengaruh terhadap kinerja karyawan.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan wawasan yang bertambah. peneliti lebih memahami tentang proses rekrutmen dan proses seleksi terhadap kinerja karyawan, dan diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pengertian dan pemahaman penulisan ini, maka penulis menyusun dalam suatu sistematika penulisan sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi mengenai latar belakang masalah yang menjadi acuan penelitian dan landasan penelitian. Adanya rumusan masalah yang menjadi

fokus orientasi penelitian. Selain itu terdapat batasan masalah agar penelitian yang dilakukan tidak menyimpang dari rumusan masalah. Serta terdapat tujuan dan manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini. Dan sistematika penulisan yang berisi uraian singkat proses penulisan tugas akhir ini lebih terarah.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori yang berhubungan dengan pembahasan penelitian yang diperkuat dengan menunjukkan hasil penelitian sebelumnya. Teori-teori tersebut diperoleh dari buku-buku referensi serta sumber informasi lain yang terkait dengan pembahasan penelitian.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai langkah-langkah yang dilakukan oleh penulis dalam melakukan penelitian dan penulisan laporan penelitian. Agar hasil yang dicapai tepat, maka diperlukan langkah-langkah penelitian yang terstruktur dan terarah, sehingga hasil yang diperoleh tidak menyimpang dari tujuan awal penelitian.