



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Makanan sebagai suatu kebutuhan pokok bagi masyarakat menjadi salah satu pendorong berkembangnya bisnis kuliner di Indonesia. Perkembangan bisnis kuliner di Indonesia semakin lama semakin menonjol akan keragaman, persaingan, dan perubahan (Novika, 2018:1). Keadaan ini menimbulkan persaingan yang tajam antar perusahaan, sehingga memaksa perusahaan untuk lebih memperhatikan lingkungan bisnisnya agar perusahaan mengetahui strategi pemasaran yang tepat agar unggul bersaing. Dalam merumuskan strategi pemasaran dibutuhkan pendekatan-pendekatan analitis dengan mengetahui kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan agar mampu menghadapi perubahan lingkungan internal maupun eksternal (Rudiyanto, 2019:49).

Perusahaan perlu menerapkan strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen agar kegiatan bisnis tetap dapat berjalan di tengah persaingan. Menurut Schiffman dan Kauk dalam Yoga dan Eddy (2018:1), kunci bagi keberlangsungan hidup perusahaan untuk memperoleh laba dan bertumbuh dalam lingkungan pemasaran yang sangat kompetitif adalah dengan memiliki kemampuan untuk mengenali dan memuaskan kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi secara lebih baik dan lebih awal daripada pesaingnya.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Bisnis kuliner merupakan salah satu peluang bisnis yang menjanjikan, karena pada dasarnya setiap manusia membutuhkan makanan. Salah satu makanan yang sangat dicintai dan melekat di hati semua orang adalah bakmi. Keberadaan bakmi sebagai salah satu makanan favorit masyarakat Indonesia memiliki rasa yang enak, inovatif, nikmat, mengandung karbohidrat dan juga lezat telah dikenal dari masa ke masa, sehingga usaha ini memang layak dikembangkan sebagai usaha alternatif. Selain itu, bakmi juga bersifat *flexible* sehingga produk ini tetap bertahan walaupun makin pesatnya perkembangan zaman, karena dapat dikonsumsi sebagai pengganti makanan pokok, yaitu nasi.

Sekian banyak aneka kuliner yang ada di Kota Jakarta, yang selalu menjadi primadona penikmat kuliner baik pagi, siang, maupun malam salah satunya adalah bakmi. Bakmi merupakan makanan yang digemari banyak kalangan di Indonesia dan dicari oleh semua orang saat mereka sedang tidak ingin mengonsumsi nasi.

Akan tetapi, dalam bisnis bakmi pun terdapat banyak hambatan untuk meraih kesuksesan. Salah satu hambatannya adalah persaingan yang ketat antar para pebisnis bakmi, terutama dalam hal resep yang merupakan warisan keluarganya. Biasanya bakmi-bakmi yang terkenal merupakan usaha keluarga turun-temurun yang tentunya sudah memiliki pelanggan loyal. Karena banyaknya peminat bakmi di Jakarta ini, pebisnis mulai berlomba-lomba membuka outlet bakmi, terutama di Kelapa Gading, Jakarta Utara yang menjadi surga kuliner bagi para pecinta bakmi. Beberapa bakmi yang memang sudah terkenal dan sudah eksis sejak dahulu dan pasti tidak asing di telinga kita, yaitu Bakmi Ayam Alok, Bakmi Bintang Gading, Bakmi Baji Pamai, Bakmi Gang Kelinci, dan Bakmi

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Salah satu bakmi yang juga terkenal di Kelapa Gading adalah Bakmi Ncek Legenda.

Bakmi Ncek Legenda pertama kali buka di Kelapa Puan Timur 1 ND 2/44 pada tanggal 8 Juli 2015, namun tidak lama pindah ke Kelapa Hibrida Raya QK1/16 pada tanggal 5 September 2015 hingga sekarang ini. Sebagai salah satu bakmi yang belum lama berdiri, Ncek Legenda membuktikan kesuksesannya dengan membuka 3 cabang lainnya di Muara Karang, Serpong, dan Bogor (<https://id-id.facebook.com/nceklegenda/> diakses 17 April 2020). Produk Bakmi Ncek Legenda ini sangat digemari oleh banyak orang karena rasanya yang nikmat dan variasi produk yang bermacam-macam. Salah satu hal yang menjadi keunikan di Bakmi Ncek Legenda adalah disediakan pilihan porsi yang bermacam-macam sesuai keinginan pelanggan. Kemudian, dari sisi pelayanan, Bakmi Ncek Legenda juga cukup baik dari segi kecepatan penyajian dan kualitas pramusajinya. Hal ini dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap produk Bakmi Ncek Legenda dan tentunya menimbulkan rasa penasaran bagaimana cara Bakmi Ncek Legenda dapat mempertahankan eksistensinya, apalagi sampai membuka cabang lainnya terutama dalam menghadapi pesaing-pesaingnya yang sudah lama eksis di bidang kuliner.

Untuk mendapat pelanggan yang loyal, maka pelaku usaha harus memberikan perhatian terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016:153), kepuasan pelanggan bergantung pada kinerja produk yang diterima pelanggan, dibandingkan dengan ekspektasinya. Jika kinerja produk berada dibawah harapan, maka respon dari pelanggan adalah tidak puas. Jika kinerja produk sesuai dengan harapan maka pelanggan akan merasa puas. Jika kinerja melebihi harapan pelanggan akan merasa sangat puas.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Perusahaan yang berorientasi terhadap kebutuhan pelanggan, tentunya berusaha untuk menjaga tingkat kepuasan pelanggannya. Perusahaan yang cerdas akan berusaha untuk mencapai kepuasan pelanggan dengan menjanjikan sesuai dengan kapabilitas perusahaan, namun memberikan lebih dari yang mereka janjikan. Pelanggan yang puas tidak hanya akan melakukan pembelian kembali tetapi juga menjadi duta yang akan menyebarkan pengalaman baik yang mereka alami terkait produk kepada orang-orang lain. Meskipun perusahaan yang berfokus kepada kepentingan pelanggan berusaha untuk memberikan kepuasan yang relatif lebih tinggi dibandingkan kompetitor, mereka tidak berusaha memaksimalkan kepuasan pelanggan. Karena jika kepuasan pelanggan dimaksimalkan dengan cara menurunkan harga atau meningkatkan pelayanan hal ini dapat berdampak pada menurunnya *profit* perusahaan. Maka dari itu dibutuhkan keseimbangan yang diperhitungkan (Kotler dan Keller, 2016:156).

Selain kualitas produk, faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan pelanggan perusahaan adalah kualitas layanan. Zeithaml, Bitner, dan Gremler dalam Apriyani (2017:3) menyatakan kualitas layanan yang dirasakan merupakan faktor dari kepuasan konsumen. Menurut Kaihatu dalam Yoga dan Eddy (2018:1), kualitas layanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen, bila seorang konsumen mengharapkan suatu layanan pada tingkat tertentu, dan yang dirasakan adalah bahwa layanan yang diterima lebih tinggi dari apa yang diharapkan, maka konsumen tersebut dapat dikatakan puas.

Hasil penelitian Rusniati, Shartykarini, dan Firdaus (2016), Gaol, Kadarisman, dan Sunarti (2016), serta penelitian Ransulangi, Mandey, dan Tumbuan (2015) menemukan bahwa *variabel* kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan untuk penelitian Runtuuwu, Oroh, dan Taroreh (2014) dan Sita Budiastari

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(2017) menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Artinya pelanggan tidak terlalu mementingkan kualitas produk, pelanggan lebih mementingkan variabel-variabel lain.

Hasil penelitian Seminar dan Ni Made (2015), Januar Efendi (2016), serta Herry Novrianda (2018) mengatakan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun hasil penelitian Ulfa Wardani (2017) dan Subagyo, Dhita, dan Djunaidi (2017) menyatakan bahwa variabel kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian tentang kepuasan pelanggan telah dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Dalam penelitian tersebut, beberapa variabel seperti kualitas produk dan kepuasan pelanggan digunakan untuk menjelaskan berbagai faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Namun penelitian-penelitian tersebut menunjukkan hasil yang bervariasi.

Selain kedua variabel yang dibahas di atas yaitu kualitas produk dan kualitas layanan, adapula variabel-variabel lain yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Menurut penelitian Krisdayanto, Haryono, dan Gagah (2018) menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan variabel kualitas layanan, lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian Solehan, Listiawati, dan Raden (2017) menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan fenomena serta perbedaan hasil penelitian di atas, maka dalam penelitian ini difokuskan pada bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.



B. Identifikasi Masalah

C Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah yang ada sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Bagaimana kualitas produk menurut pelanggan Bakmi Ncek Legenda *Noodle Bar*?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Bakmi Ncek Legenda *Noodle Bar*?
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Bakmi Ncek Legenda *Noodle Bar*?
4. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Bakmi Ncek Legenda *Noodle Bar*?

C. Batasan Masalah

Untuk mengarahkan penelitian dan membatasi bidang yang akan diteliti, maka peneliti akan membatasi masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Bakmi Ncek Legenda *Noodle Bar*?
2. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Bakmi Ncek Legenda *Noodle Bar*?



D. Batasan Penelitian

Agar penelitian ini lebih terarah, maka penulis membuat batasan penelitian sebagai berikut:

1. Obyek penelitian adalah Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Pelanggan.
2. Subyek penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengonsumsi Ncek Legenda *Noodle Bar*.
3. Periode penelitian ini dimulai dari bulan Maret sampai dengan bulan Agustus 2020.
4. Wilayah penelitian adalah di Kelapa Gading, Jakarta Utara.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalahnya adalah: “Apakah kualitas produk dan kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan Ncek Legenda *Noodle Bar* di Jakarta Utara?”

©

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



F. Tujuan Penelitian

Tujuan dari adanya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendapat gambaran mengenai:

1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Bakmi Ncek Legenda *Noodle Bar*.
2. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Bakmi Ncek Legenda *Noodle Bar*.

G. Manfaat Penelitian

Penulis berharap penelitian ini memberikan manfaat bagi:

1. Pihak Perusahaan

Sebagai bahan masukan yang diharapkan akan berguna mengenai variabel apa saja yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan. Sehingga dapat dijadikan pertimbangan keputusan bagi perusahaan mau pertimbangan untuk melakukan inovasi selanjutnya.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.