

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang sangat menjanjikan, baik di dalam negeri maupun secara global. Sebagai kebutuhan dasar manusia, sektor ini menunjukkan daya tahan terhadap penurunan permintaan. Kemajuan pesat di bidang ini menarik banyak pengusaha untuk terjun ke bisnis kuliner. Stabilitas ekonomi, kemajuan teknologi, dan meningkatnya selera masyarakat terhadap variasi hidangan adalah pendorong utama pertumbuhan ini.

Restoran di Indonesia tidak hanya menyajikan menu tradisional, tetapi juga mengadopsi konsep modern dan internasional untuk menjangkau khalayak yang lebih luas. Media sosial berperan penting dalam mempromosikan restoran baru dan tren kuliner, menciptakan ekosistem bisnis makanan yang inovatif dan terus berkembang. Dengan prospek yang menjanjikan, sektor makanan di Indonesia diperkirakan akan terus mengalami transformasi positif.

Restoran offline di Indonesia juga menunjukkan pemulihan yang signifikan setelah periode sulit akibat pembatasan sosial. Kembali dibukanya restoran diiringi dengan lonjakan minat masyarakat untuk makan di luar. Berbagai inovasi dilakukan oleh restoran untuk menghadirkan konsep baru yang menarik pelanggan. Teknologi pun mulai diterapkan dalam operasional untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan. Dengan kembalinya aktivitas sosial, restoran offline memiliki peluang besar untuk terus berkembang dan memberikan pengalaman kuliner terbaik.

Di tahun 2024, persaingan di industri makanan semakin gencar, mendorong para pelaku usaha untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produk mereka. Dengan pertumbuhan jumlah restoran, kafe, dan warung yang terus berkembang, pasar makanan menjadi semakin ramai dan kompetitif. Pelanggan menjadi semakin cerdas dan selektif dalam memilih tempat makan mereka, memperhatikan tidak hanya rasa makanan tetapi juga nilai tambah lainnya seperti konsep, pelayanan, dan kualitas bahan baku. Selain itu, peran teknologi juga semakin signifikan dalam meningkatkan efisiensi operasional dan menjangkau pasar yang lebih luas melalui platform daring. Dalam lingkungan yang semakin ketat ini, hanya pelaku usaha yang dapat beradaptasi dengan cepat, mengikuti tren, dan memberikan nilai tambah yang unik yang akan mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang sengit ini.

Salah satu tempat makan atau restoran yang tentunya kita semua ketahui adalah restoran Mie Gacoan yang tersebar di seluruh Indonesia. Mie Gacoan, yang pertama kali dibuka pada tahun 2016 di Kota Malang, dengan cepat menarik perhatian para penggemar kuliner. Restoran ini adalah bagian dari PT. Pesta Pora Abadi, perusahaan ternama di industri makanan Indonesia.

Saat ini, Mie Gacoan telah mempekerjakan lebih dari 3.000 karyawan, dan jumlah ini terus bertambah seiring ekspansi besar-besaran ke berbagai kota lain di Indonesia, yang menciptakan semakin banyak peluang kerja. Dalam mengembangkan usahanya, Mie Gacoan tidak hanya mengandalkan penjualan langsung di restoran, tetapi juga memanfaatkan berbagai aplikasi pengantaran makanan online, yang sangat populer di kalangan masyarakat perkotaan. Kolaborasi ini berpotensi meningkatkan penjualan harian secara signifikan.

Di sisi lain, layanan pesan antar makanan online seperti ini sangat membantu pelanggan yang tidak memiliki banyak waktu untuk makan langsung di Rumah Makan Mie Gacoan yang setiap harinya ramai pengunjung. Mie Gacoan merupakan mie pedas yang akhir-akhir ini sangat populer di kalangan anak muda. Meskipun restoran ini tidak menjual banyak menu yang berbeda, namun tetap bisa sukses dan menjadi restoran terpopuler di antara yang lain.

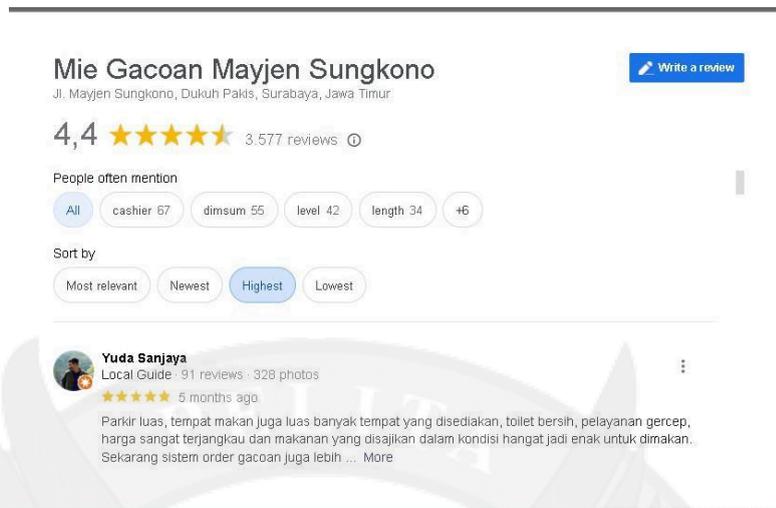


**Gambar 1.1 Mie Gacoan Mayjen Sungkono Surabaya**

Cermati.com. (2021, Oktober 19). Fakta-fakta unik tentang Mie Gacoan, bisnis kuliner viral anak bangsa. Cermati. <https://www.cermati.com/artikel/mie-gacoan/2021>

Mie di restoran ini memiliki rasa pedas yang unik. Selain itu, Mie Gacoan juga menawarkan menu dimsum dan es krim dengan berbagai macam rasa yang tak kalah nikmatnya. Minuman manis ini juga bisa menjadi pelengkap berbagai menu mie pedas. Selain itu, Mi Gacoan sejak awal berupaya menyediakan restoran yang nyaman dengan ruang makan yang luas. Restoran ini ramai sepanjang hari dan tidak pernah sepi, namun pengunjung tetap bisa bersantai. Namun selain menunya yang bervariasi dan menarik serta restoran yang nyaman. Mie Gacoan juga memiliki harga yang terjangkau. Rasa dan tampilan menu restoran ini setara dengan menu restoran kelas atas, meskipun banyak di antaranya yang berharga puluhan ribu dolar. Perpaduan rasa yang lezat dan harga yang terjangkau itulah yang akhirnya membuat Mie Gacoan menjadi viral dan mendapat pengakuan luas. Konsumen baru terus berdatangan dan pelanggan lama tetap setia. Tentu saja tempat makan ini tidak pernah sepi. Hal ini terlihat dari pesatnya perkembangan Mie Gacoan yang tersebar di berbagai kota besar di tanah

air. Puluhan gerai telah dibuka dalam waktu singkat, dan jumlah ini pasti akan terus bertambah. Kemampuan sebuah restoran untuk memuaskan pelanggannya sangat penting bagi keberhasilannya. Pelanggan lebih mungkin untuk kembali lagi dan bahkan merujuk temannya ke restoran tersebut ketika mereka puas dengan masakan, layanan, dan suasana makanan mereka. Peringkat positif di media sosial atau situs ulasan juga lebih mungkin diposting oleh pelanggan yang senang, sehingga membantu meningkatkan reputasi dan citra restoran. Ketidakpuasan pelanggan berpotensi memberikan dampak negatif, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pelanggan yang merasa kecewa tidak hanya cenderung enggan untuk kembali, tetapi juga dapat menyampaikan ulasan buruk yang merugikan citra bisnis. Oleh karena itu, menjaga kepuasan pelanggan di setiap aspek pengalaman mereka di restoran menjadi elemen kunci untuk menjamin keberhasilan dan keberlanjutan bisnis. Martinaityte et al. (2019) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan faktor utama yang membedakan sebuah bisnis sekaligus menciptakan keunggulan kompetitif. Mie Gacoan Cabang Mayjend Sungkono telah menerapkan prinsip ini dengan menghadirkan produk makanan yang terjangkau dalam balutan konsep khas Indonesia. Menu mie yang unik memberikan konsumen pengalaman merek yang segar, di mana tingkat kepuasan pelanggan juga dapat digunakan untuk menilai kualitas perusahaan secara keseluruhan.



**Gambar 1.2**

*Google. (n.d.). [https://www.google.com/search?gs\\_ssp=eJ](https://www.google.com/search?gs_ssp=eJ)*

Faktor berikut yang memengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas makanan. Menurut Ha dan Jang (2020), kualitas makanan di sebuah restoran memiliki dampak besar terhadap kepuasan pelanggan. Mie Gacoan menyajikan cita rasa yang sebanding dengan restoran kelas atas, dengan kebersihan yang terjaga karena stafnya menerima pelatihan profesional yang setara dengan standar restoran berbintang lima. Hal ini membuat kualitas makanan di Mie Gacoan mendapat perhatian khusus, mulai dari pemilihan bahan baku, proses pengolahan, hingga penyajian kepada pelanggan.

Selain itu, faktor lain yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan adalah persepsi terhadap nilai atau harga. Berdasarkan penelitian Han dan Ryu (2019) yang dilakukan di industri restoran Amerika Serikat, harga terbukti memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Di Mie Gacoan, harga menu tetap terjangkau bagi masyarakat Indonesia, memungkinkan pelanggan menikmati sajian mie bercita rasa khas lokal yang sesuai dengan preferensi mereka.



**Gambar 1.3 Menu Mie Gacoan**

Berita Mie gacoan. (n.d.).

<https://www.blibli.com/friends-backend/wp-content/uploads/2023/09/MIE-GACOAN-berita-99-co-1>

Salah satu faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan adalah atmosfer. Kotler dan Keller (2019) mendefinisikan atmosfer sebagai suasana yang dirancang secara khusus untuk menarik minat pelanggan dalam melakukan pembelian yang sesuai dengan target pasar. Di Mie Gacoan, suasana ini tercermin melalui desain interior dan dekorasi yang unik, dengan sentuhan konsep tradisional Indonesia yang membedakannya dari restoran atau street food lain.

Faktor lain yang memengaruhi kepuasan pelanggan adalah kehadiran pelanggan lain (other customers). Sebagaimana dijelaskan oleh Miao et al. (2011), pelanggan lain dalam restoran berperan dalam berbagi lingkungan dan berinteraksi, yang pada akhirnya memengaruhi pengalaman keseluruhan setiap pengunjung. Di Mie Gacoan Surabaya, mayoritas pelanggan menunjukkan etika yang baik, menciptakan suasana yang nyaman dan menyenangkan bagi seluruh pengunjung.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh berbagai faktor utama terhadap keberhasilan restoran, dengan mengambil studi kasus di Mie Gacoan Surabaya. Penelitian ini akan mempelajari variabel-variabel seperti Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction), Reputasi

Restoran (Restaurant Reputation), dan Kepercayaan (Trust), serta Kecenderungan Mencari Variasi (Variety Seeking). Selain itu, faktor-faktor lain yang relevan seperti Kualitas Layanan (Service Quality), Kualitas Makanan (Food Quality), Atmosfer (Atmospherics), Kehadiran Pelanggan Lain (Other Customers), serta Persepsi Nilai atau Harga (Perceived Value or Price) juga menjadi fokus utama penelitian.

## **1.2 Batasan Masalah**

Setiap penelitian membutuhkan batasan masalah yang jelas agar pembahasannya tetap terfokus. Oleh karena itu, penelitian ini dibatasi pada beberapa aspek berikut:

1. Variabel-variabel yang dianalisis meliputi Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction), Kualitas Layanan (Service Quality), Kualitas Makanan (Food Quality), Atmosfer (Atmospherics), Kehadiran Pelanggan Lain (Other Customers), Persepsi Nilai atau Harga (Perceived Value or Price), Niat Berkunjung Kembali (Revisit Intention), Reputasi Restoran (Restaurant Reputation), Kecenderungan Mencari Variasi (Variety Seeking Tendency), dan Kepercayaan (Trust), karena variabel-variabel ini dianggap paling relevan dengan konteks penelitian.
2. Pengujian model penelitian dilakukan berdasarkan data yang diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden penelitian.
3. Responden dalam penelitian ini adalah pria dan wanita berusia 18-60 tahun yang berdomisili di Surabaya serta telah mengunjungi Mie Gacoan cabang Mayjend Sungkono minimal sekali dalam enam bulan terakhir..

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan data dan fakta yang telah diuraikan dalam latar belakang, fokus utama penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor-faktor yang secara signifikan memengaruhi niat untuk kembali berkunjung melalui tingkat kepuasan pelanggan

di kalangan konsumen Mie Gacoan di Surabaya. Pertanyaan penelitian dirinci sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Mie Gacoan Cabang Mayjend Sungkono Surabaya?
2. Apakah kualitas makanan memberikan dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Mie Gacoan Cabang Mayjend Sungkono Surabaya?
3. Apakah suasana restoran memiliki pengaruh yang berarti terhadap kepuasan pelanggan di Mie Gacoan Cabang Mayjend Sungkono Surabaya?
4. Apakah kehadiran pelanggan lain memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan di Mie Gacoan Cabang Mayjend Sungkono Surabaya?
5. Apakah persepsi terhadap nilai atau harga berkontribusi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Mie Gacoan Cabang Mayjend Sungkono Surabaya?
6. Apakah kepuasan pelanggan secara signifikan memengaruhi niat berkunjung kembali di kalangan konsumen Mie Gacoan Cabang Mayjend Sungkono Surabaya?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat untuk berkunjung kembali (Revisit Intention) melalui kepuasan pelanggan (Customer Satisfaction) di kalangan konsumen Mie Gacoan Surabaya. Adapun tujuan spesifik penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen Mie Gacoan Cabang Mayjend Sungkono Surabaya.

2. Mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh signifikan kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen Mie Gacoan Cabang Mayjend Sungkono Surabaya.
3. Mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh signifikan suasana tempat terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen Mie Gacoan Cabang Mayjend Sungkono Surabaya.
4. Mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh signifikan pengaruh pelanggan lain terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen Mie Gacoan Cabang Mayjend Sungkono Surabaya.
5. Mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh signifikan nilai yang dirasakan terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen Mie Gacoan Cabang Mayjend Sungkono Surabaya.
6. Mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh signifikan kepuasan pelanggan terhadap niat berkunjung kembali pada konsumen Mie Gacoan Cabang Mayjend Sungkono Surabaya.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen khususnya di bidang pemasaran restoran. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dalam memahami pengaruh berbagai faktor seperti kualitas layanan, kualitas makanan, suasana restoran, kehadiran pelanggan lain, persepsi nilai atau harga, dan kepuasan pelanggan terhadap niat berkunjung kembali. Selain itu, penelitian ini dapat memperkaya literatur akademik terkait pengelolaan bisnis restoran di Indonesia.

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi penting bagi pengembangan ilmu pengetahuan, terutama dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi niat pelanggan untuk kembali berkunjung. Faktor-faktor tersebut dianalisis

melalui sejumlah variabel, seperti kepuasan pelanggan, kualitas layanan, kualitas makanan, suasana restoran, kehadiran pelanggan lain, persepsi nilai atau harga, reputasi restoran, kecenderungan mencari variasi, dan tingkat kepercayaan pelanggan. Selain itu, temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi yang berguna bagi penelitian serupa di masa mendatang.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Manfaat praktis yang diharapkan dari penelitian ini mencakup beberapa pihak sebagai berikut:

#### **1. Bagi Penulis:**

Penelitian ini membantu penulis untuk memperluas wawasan dan meningkatkan pemahaman, sekaligus memberikan peluang untuk menerapkan teori-teori yang telah dipelajari selama masa studi. Teori-teori tersebut meliputi variabel seperti kepuasan pelanggan, kualitas layanan, kualitas makanan, suasana restoran, kehadiran pelanggan lain, persepsi nilai atau harga, niat untuk kembali berkunjung, reputasi restoran, kecenderungan mencari variasi, serta kepercayaan pelanggan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya kemampuan penulis dalam menganalisis dan mengintegrasikan teori dengan praktik.

#### **2. Bagi Perusahaan (Mie Gacoan):**

Penelitian ini menyediakan data, informasi, dan rekomendasi yang relevan untuk membantu perusahaan meningkatkan dan mengembangkan aspek-aspek penting yang memengaruhi loyalitas pelanggan. Dengan memahami faktor-faktor seperti kepuasan pelanggan, kualitas layanan, kualitas makanan, suasana restoran, kehadiran pelanggan lain, persepsi nilai, reputasi, kecenderungan mencari variasi, dan kepercayaan pelanggan, perusahaan dapat mengambil keputusan strategis untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik dan berkelanjutan. Diharapkan dapat mendukung peningkatan kinerja dan keberhasilan perusahaan secara keseluruhan.