

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan industri kuliner di Indonesia, khususnya di kota Medan, telah menunjukkan kemajuan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Setiap tahun, muncul makanan atau minuman viral yang sering menghiasi media sosial kita. Medan adalah pusat kuliner yang kaya akan keragaman rasa, dengan berbagai jenis makanan yang mencerminkan perpaduan tradisi lokal dan pengaruh dari tempat lain. Menurut Parhusip et al. (2023) Medan adalah salah satu tempat yang terkenal karena wisata kuliner, yang menawarkan banyak makanan lezat. Media sosial sangat penting untuk mempopulerkan berbagai produk kuliner karena foto dan ulasan pelanggan dapat dengan cepat menjangkau audiens yang lebih besar. Hal ini mendorong bisnis untuk terus berinovasi dan membuat variasi menu yang menarik dan ide penyajian yang inovatif.

Restoran Gacoan adalah salah satu pelaku utama dalam industri kuliner Medan, dengan konsep makanannya yang sederhana namun menarik yang berhasil menarik perhatian pasar, terutama kalangan mahasiswa. Dengan harga yang terjangkau, Gacoan berhasil menjangkau pelanggan dari kalangan mahasiswa, yang menjadi target pasar utamanya.

Mie Gacoan, penghasil mie pedas yang sudah dikenal Masyarakat Indonesia sejak tahun 2016 di Kota Malang, Jawa Timur, Prasasti & Maisara (2022), merupakan merek dagang restoran mie pedas terkemuka di Indonesia dan merupakan anak perusahaan PT Pesta Pora Abadi, induk perusahaan restoran Mie Gacoan. Mie Gacoan telah memiliki banyak cabang di berbagai wilayah, termasuk di Medan. Cabang-cabang Mie Gacoan yang tersebar di kota Medan antara lain Mie Gacoan Medan Mongonsidi, Mie Gacoan Dr. Mansyur USU, Mie Gacoan SM Raja Medan, Mie Gacoan Medan Karya, Mie Gacoan Pancing, Mie Gacoan Marelan Raya, Mie Gacoan A. H. Nasution, Mie Gacoan Gaperta, Mie Gacoan Denai, Mie Gacoan Kaptan Muslim, Mie Gacoan Tembung, dan Mie Gacoan Krakatau.

Menu yang ditawarkan oleh Gacoan terkhususnya di Medan mencakup berbagai pilihan, seperti Mie Gacoan dan Mie Hompimpa yang menawarkan tingkat kepedasan level 1 sampai level 8, snack dan camilan seperti Dimsum, Udang Keju, Udang Rambutan, Lumpia Udang dan Pangsit Goreng, serta minuman segar Es Gobak Sodor, Es Teklek, Es Sluku Bathok, Es Petak Umpet, Es Tea, Lemon Tea dan juga Air Mineral. Kisaran harga yang ditawarkan untuk mie dan cemilan berkisar antara Rp10.000 hingga Rp12.000 per porsi, sedangkan harga untuk minuman mulai dari harga Rp4.000 hingga Rp10.000 saja, sehingga menjadikan Gacoan sebagai pilihan yang ramah di kantong bagi banyak pelanggan. Selain itu, restoran ini juga dilengkapi dengan fasilitas yang mendukung kenyamanan pelanggan, seperti area makan yang luas, Wi-Fi gratis, colokan listrik, wastafel dan kaca, baby chair untuk anak-anak, serta mushola. Sehingga Mie Gacoan sangat populer di kalangan berbagai kelompok, terutama bagi pecinta pedas, termasuk mahasiswa, pelajar, dan orang dewasa.

Menurut Sembiring (2014) Kualitas pelayanan adalah upaya perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan melalui layanan yang mengiringi produk yang ditawarkan dengan tujuan untuk membuat pelanggan puas. Berbagai aspek kualitas pelayanan, seperti kecepatan, ketepatan, dan sikap staf, berperan dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif. Kualitas pelayanan yang tinggi tidak hanya berfokus pada produk yang ditawarkan, tetapi juga pada cara pelanggan dilayani. Pelayanan yang baik meningkatkan kepuasan pelanggan dan menumbuhkan kepercayaan yang bertahan lama. Jika pelanggan merasa puas dengan layanan yang mereka terima, mereka cenderung kembali untuk membeli produk tersebut dan merekomendasikan kepada orang lain.

Salah satu teknologi layanan yang ada saat ini adalah *Self Service Technology* (SST) yang bertujuan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dalam industri kuliner. Inovasi layanan *Self Service Technology* (SST) adalah salah satu strategi yang dapat diterapkan. Restoran menggunakan sistem 'Wireless Calling System'. Benda ini digunakan Mie Gacoan untuk memudahkan pembeli mengambil pesanan makanan mereka setelah selesai. Cukup tunggu alat panggil portable berbunyi dari meja masing-masing. SST yang digunakan pada restoran

Mie Gacoan yaitu penggunaan teknologi yang memungkinkan pelanggan untuk melakukan interaksi dan transaksi secara mandiri, seperti mengambil pesanan sendiri dan memesan makanan tanpa bantuan staf. SST telah menjadi sangat penting untuk mencapai produktivitas dan kepuasan pelanggan, dan sangat membantu dalam memberikan layanan yang nyaman bagi pelanggan menurut Fajri et al.(2023). Di era digital saat ini, di mana kebutuhan pelanggan terus meningkat, penerapan SST menjadi wajib bagi pelaku usaha untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan menumbuhkan loyalitas yang kuat, memberikan pelanggan kemudahan dalam mengambil pesanan dan memesan makanan dengan lebih cepat dan efisien.

Dalam hal ini, loyalitas pelanggan sangat penting karena pelanggan yang setia tidak hanya akan kembali membeli produk tersebut, tetapi mereka juga mungkin akan merekomendasikannya kepada orang lain. Pelaku usaha kuliner harus membuat strategi yang menarik dari segi pelayanan yang mereka berikan untuk menarik pelanggan. Karena tujuan bisnis pada dasarnya adalah untuk menarik dan mempertahankan para pelanggan. Menurut Ardila (2015) Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai kecenderungan pelanggan untuk membeli barang atau menggunakan jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan secara teratur. Dalam industri kuliner yang kompetitif, pengalaman pelayanan yang baik membantu pelanggan memiliki pengalaman yang positif, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas mereka. Oleh karena itu, sangat penting bagi pelaku bisnis untuk memahami indikator-indikator yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Gafary (2024) mengenai “Pengaruh Self Service Technology dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Bank NTB Syariah)” dalam penelitiannya dengan jumlah sampel 150 orang, menunjukkan bahwa kualitas layanan yang baik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, Dan juga Self Service Technology (SST) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Penelitian selanjutnya juga dilakukan oleh Azisyah (2016) Mengenai “Pengaruh *Self Service Technology*, Kualitas Layanan,

Hubungan Pemasaran Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI Di Surabaya” dengan jumlah sampel 120 orang mengemukakan kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sebaliknya, Self Service Technology (SST) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, yang menunjukkan bahwa aspek ini mungkin perlu ditingkatkan. Penelitian menurut Rosyidah & Andjarwati (2021) mengenai “Pengaruh *Self-Service Technology Quality* Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pelanggan Mcdonald’s Di Surabaya).” dengan jumlah sampel 200 orang juga mengemukakan bahwa kualitas teknologi self service memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas. Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Sembiring, Suharyon, & Kusumawati (2014) mengenai “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Mcdonald’s Mt.Haryono Malang)” dengan jumlah sampel 116 orang, serta penelitian dari Juniantara & Sukawati (2018) mengenai “Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen” dengan jumlah sampel 133 orang mengemukakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Namun, meskipun Mie Gacoan telah menggunakan SST, masih ada beberapa keluhan dari pelanggan, seperti kecepatan pelayanan yang kurang optimal, pesanan yang tidak sesuai dengan yang diminta, antrian panjang, serta sikap staf yang kurang ramah. Hal-hal ini menunjukkan adanya potensi untuk meningkatkan pengalaman pelanggan melalui pengelolaan SST dan kualitas pelayanan yang lebih baik.

Berdasarkan uraian tersebut, penting untuk melakukan penelitian lebih lanjut untuk memahami pengaruh *Self Service Technology* dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Mie Gacoan, khususnya di kalangan mahasiswa Manajemen Universitas Quality. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh SST dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Mie Gacoan, dengan fokus pada pengalaman mahasiswa yang sering mengunjungi restoran ini.

Berdasarkan latar belakang dan penjelasan yang ada maka penulis menunjukkan ketertarikan untuk melakukan penelitian dengan judul, “**Pengaruh *Self Service Technology* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mie Gacoan (Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Quality)**”.

1.2. Identifikasi Masalah

Dengan latar belakang masalah di atas, penulis ingin mengidentifikasi beberapa masalah berikut:

1. Kecepatan pelayanan yang lambat
2. Pesanan yang tidak sesuai
3. Antrian yang panjang dan waktu tunggu yang lama
4. Kurangnya sikap ramah dari pegawai.

1.3. Batasan Masalah

Untuk membuat fokus penelitian lebih jelas, penulis memandang bahwa masalah penelitian harus dibatasi variabelnya. Oleh karena itu, tulisan ini hanya berkaitan dengan “Pengaruh *Self Service Technology* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mie Gacoan (Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Quality)”.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berapa besar pengaruh *self service technology* terhadap loyalitas pelanggan Mie Gacoan dikalangan mahasiswa.
2. Berapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Mie Gacoan dikalangan mahasiswa.
3. Berapa besar pengaruh *self service technology* dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan Mie Gacoan dikalangan mahasiswa.

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh *self service technology* terhadap loyalitas pelanggan Mie Gacoan dikalangan mahasiswa.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Mie Gacoan dikalangan mahasiswa.
3. Untuk mengetahui apakah *self service technology* dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan Mie Gacoan dikalangan mahasiswa.

1.6. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan penjelasan diatas, maka peneliti manfaat dari penulisan adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis, akan mendapatkan pengalaman berharga dalam melakukan penelitian yang mendalam tentang hubungan antara *self service technology* (SST), kualitas pelayanan, dan loyalitas pelanggan.
2. Memberi masukan kepada perusahaan, terutama tentang pengaruh *self service technology* (SST) dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
3. Bagi peneliti lain dapat menjadi referensi bagi peneliti lain untuk mengeksplorasi lebih jauh mengenai *self service technology* (SST) dan kualitas pelayanan di berbagai konteks.