

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tujuan utama pendirian sebuah perusahaan umumnya adalah untuk meraih keuntungan. Untuk mencapai hal tersebut, perusahaan melaksanakan kegiatan pemasaran produk atau jasa. Pemasaran memegang peranan sangat penting, bahkan dapat dianggap sebagai ujung tombak perusahaan. Di era globalisasi saat ini, persaingan bisnis semakin ketat. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus mengoptimalkan kinerjanya agar mampu bersaing di pasar. Perusahaan wajib memahami kebutuhan dan keinginan konsumen dengan merancang strategi pemasaran yang efektif supaya dapat menciptakan kepuasan pelanggan dan tetap bertahan dalam persaingan. Salah satu sektor yang berkembang pesat beserta persaingan yang ketat adalah bisnis kuliner. Ketatnya persaingan di bidang ini terlihat dari banyaknya usaha kuliner yang menawarkan produk sejenis tetapi dengan variasi harga dan layanan yang berbeda-beda.

Fenomena ini diperkuat dengan gaya hidup masyarakat modern yang cenderung lebih dinamis, mengakibatkan peningkatan permintaan terhadap produk makanan yang beragam, berkualitas, dan terjangkau (Tjiptono & Diana, 2020). Hal ini menyebabkan banyaknya usaha makanan yang bermunculan dengan berbagai konsep dan penawaran, menciptakan persaingan yang semakin intensif dalam industri ini.

Kuliner merupakan kebutuhan sekaligus bagian dari gaya hidup yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, karena setiap individu membutuhkan makanan dan minuman sebagai sumber energi untuk beraktivitas, baik itu hidangan sederhana maupun yang mewah dan berkualitas tinggi. Setiap perusahaan mengharapkan keuntungan serta pertumbuhan jumlah konsumen yang loyal. Restoran atau rumah makan menjadi pilihan utama berbagai kalangan untuk memenuhi kebutuhan makanannya, sehingga banyak pelaku usaha yang terjun ke dalam bisnis kuliner. Miesiko Kota Lhokseumawe adalah usaha yang

bergerak dibidang kuliner berdiri pada tahun 2022 berlokasi di Jalan Samudra, No 06 Hagu Selatan, Muara Satu Kota Lhokseumawe yang merupakan usaha kuliner yang berfokus pada penyajian olahan mie dan nasi. Saat ini menu yang cukup populer adalah olahan mie karena konsep penyajiannya yang memiliki kesamaan dengan produk yang cukup terkenal di Indonesia. Harga yang ditawarkan cukup terjangkau untuk kalangan menengah ke bawah berkisar Rp12.000-Rp15.000/porsi tergantung pada jenis atau tambahan yang dipilih oleh pelanggan. Sejak berdirinya usaha Miesiko ini menunjukkan perkembangan yang signifikan dalam hal jumlah pelanggan dan jumlah pendapatan.

Tabel 1 Data Pengunjung Miesiko Kota Lhokseumawe tahun 2024

No	Bulan	Jumlah pengunjung
1	Januari	1590
2	Februari	1800
3	Maret	2100
4	April	2150
5	Mei	2250
6	Juni	2360
7	Juli	2460
8	Agustus	3290
9	September	3370
10	Oktober	3400
11	November	4010
12	Desember	4150

Sumber: Data Primer, diolah (2025)

Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam kesuksesan dan kelangsungan bisnis makanan. Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah seseorang membandingkan kinerja atau hasil produk yang diterima dengan harapan yang dimilikinya. Pelanggan yang merasa puas cenderung melakukan pembelian kembali, merekomendasikan produk kepada orang lain, serta menunjukkan kesetiaan tinggi terhadap perusahaan. Sebaliknya, ketidakpuasan pelanggan dapat membuat mereka beralih ke pesaing dan menyebarkan ulasan negatif yang merugikan reputasi bisnis.

Harga termasuk faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan konsumen dalam bisnis makanan. Menurut Zeithaml et al. (2018), menetapkan harga yang tepat menjadi sebuah tantangan bagi pelaku usaha karena harus memperhitungkan berbagai hal, seperti biaya produksi, kemampuan

konsumen untuk membeli, persepsi nilai produk, serta strategi yang diterapkan oleh pesaing. Studi oleh Hermann *et al.* (2021) menunjukkan bahwa persepsi keadilan harga (*price fairness*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, di mana konsumen merasa puas apabila harga yang dibayarkan dianggap sesuai dengan nilai yang diperoleh.

Dinamika antara penetapan harga dengan kualitas produk merupakan isu yang sangat penting dalam manajemen bisnis kuliner, terutama bagi usaha skala mikro seperti Miesiko Kota Lhokseumawe. Upaya untuk mempertahankan harga ditengah harga bahan baku memberikan tekanan yang signifikan terhadap kualitas produk yang dihasilkan. Hal ini menciptakan tantangan yang kompleks bagi pelaku usaha dalam menjaga keseimbangan antara efisiensi biaya dan standar kualitas produk. Ketika harga produk tetap stabil meskipun terjadi kenaikan harga bahan baku, ada risiko yang mungkin memengaruhi kualitas produk. (Candra *et al.*, 2023) dalam *Journal of Food and Business Economics* menunjukkan bahwa usaha kuliner mikro cenderung melakukan substitusi bahan baku untuk mempertahankan margin keuntungan.

Kualitas pelayanan juga memegang peranan strategis dalam membentuk pengalaman positif dan kepuasan pelanggan. Parasuman *et al.* (2015) mengidentifikasi lima dimensi kualitas pelayanan yang dikenal dengan SERVQUAL yang terdiri dari *reliability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *tangibles* (bukti fisik), *empathy* (empati), dan *responsiveness* (daya tanggap). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Lin dan Mattila (2022) menemukan bahwa keramahan staf, kecepatan pelayanan, dan kemampuan menangani keluhan memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian jangka panjang yang dilakukan oleh Kim dan Jang (2019) selama periode tiga tahun pada jaringan restoran cepat saji menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan berkorelasi positif dengan peningkatan kepuasan pelanggan dan pertumbuhan pendapatan.

Fenomena peningkatan harga bahan baku menjadi tantangan besar bagi pelaku usaha kuliner, terutama bagi usaha kecil dan menengah. Miesiko menunjukkan kompleksitas dalam strategi penetapan harga di tengah kondisi ekonomi yang tidak menentu. Meskipun mengalami kenaikan harga bahan baku

secara berkala, Miesiko saat ini menjaga harga jual produknya tetap stabil, yang menarik untuk dianalisis lebih lanjut. Stabilitas harga produk Miesiko di tengah lonjakan harga bahan baku dapat dipahami dari berbagai sudut pandang ekonomi dan manajemen bisnis.

Tabel 2. Kenaikan Harga Bahan Baku Miesiko Kota Lhokseumawe

No	Tahun	Harga bahan baku/porsi (Rp)
1	2022	3125
2	2023	3700
3	2024	3800

Sumber: Data Primer (2025,diolah)

Pertama strategi ini mencerminkan upaya untuk menjaga daya beli konsumen lokal yang memiliki keterbatasan ekonomi. Dengan karakteristik masyarakat kota Lhokseumawe yang berpendapatan menengah ke bawah, terdapat kebutuhan akan produk pangan yang terjangkau. Perusahaan telah menunjukkan peningkatan dalam hal jumlah pengunjung, belum dapat dipastikan apakah hal tersebut juga mencerminkan kepuasan pelanggan yang tinggi. Tidak jarang peningkatan penjualan bersifat jangka pendek dan tidak disertai dengan hubungan yang kuat dengan pelanggan. Masih terdapat keluhan yang dinilai kurang sesuai, kualitas produk yang tidak konsisten, serta pelayanan yang belum maksimal. Pelaku usaha seperti Miesiko perlu melakukan langkah strategis untuk mengurangi dampak dari kenaikan biaya produksi. Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Miesiko Kota Lhokseumawe”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh harga, kualitas produk dan layanan secara simultan terhadap tingkat kepuasan pelanggan?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Miesiko Kota Lhokseumawe?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Miesiko Kota Lhokseumawe?

4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan?

1.3. Tujuan Penelitian

Dalam upaya untuk menjawab permasalahan yang telah diidentifikasi, batasan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Miesiko Kota Lhokseumawe.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas layanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Miesiko Kota Lhokseumawe.

1.4. Manfaat Penelitian

Secara garis besar penelitian ini, terdapat beberapa manfaat yang dapat diperoleh yaitu:

1. Bagi penulis, penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambaha ilmu pengetahuan dan penerapan ilmu yang diperoleh di lapangan mengenai pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Bagi pengusaha, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pemikiran dan pertimbangan dalam mempertahankan serta meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Bagi pemerintah, penelitian ini dapat dijadikan masukan dalam mengambil keputusan untuk membimbing dan membina para pemilik usaha dalam bidang kuliner agar dapat lebih meningkatkan kualitas bisnis di masa yang akan datang.
4. Bagi peneliti lanjutan, dapat dijadikan sebagai informasi, sebagai referensi ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.