

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri makanan dan minuman secara global menunjukkan pertumbuhan yang sangat signifikan seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat serta daya beli konsumen. Perkembangan ini turut diiringi oleh perubahan perilaku konsumen yang semakin selektif dalam menentukan pilihan produk. Konsumen masa kini tidak hanya mempertimbangkan cita rasa, tetapi juga menaruh perhatian besar terhadap kualitas pelayanan serta kesesuaian harga dengan kualitas yang diterima. Oleh karena itu, pelaku usaha dituntut untuk mampu menghadirkan pengalaman konsumsi yang menyeluruh guna memenuhi ekspektasi pelanggan secara optimal dan berkelanjutan.

Perkembangan industri makanan dan minuman tersebut juga terjadi di Indonesia, yang dikenal sebagai salah satu negara dengan pertumbuhan sektor kuliner yang sangat pesat. Sektor ini menjadi salah satu bidang usaha yang menjanjikan dan memberikan kontribusi penting terhadap perekonomian nasional. Munculnya berbagai usaha kuliner modern, baik dari merek lokal maupun internasional, semakin memperketat persaingan di pasar. Generasi muda, khususnya pelajar dan mahasiswa, menjadi segmen pasar potensial yang sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha di sektor ini, mengingat tingginya minat mereka terhadap produk makanan dan minuman kekinian dengan harga terjangkau.

Salah satu merek internasional yang berhasil menarik perhatian konsumen di Indonesia adalah Mixue Ice Cream & Tea, sebuah waralaba asal Tiongkok (China) yang menawarkan produk es krim dan minuman teh dengan konsep modern, cita rasa yang disesuaikan dengan selera lokal, serta harga yang relatif murah. Pesatnya ekspansi gerai Mixue di berbagai kota di Indonesia menunjukkan tingginya tingkat penerimaan masyarakat terhadap merek ini. Strategi extreme low-price yang diterapkan oleh Mixue, didukung oleh sistem *in-house supply chain*, memungkinkan perusahaan menekan biaya produksi sehingga mampu menawarkan harga yang kompetitif tanpa mengorbankan kualitas produk.

Dalam konteks pemasaran jasa, kualitas pelayanan memegang peranan penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan harapan pelanggan melalui penyampaian jasa secara tepat, yang mencakup aspek keramahan, kecepatan, ketepatan, serta kemampuan dalam menangani keluhan secara profesional (Adetiansi et al., 2021). Penelitian Istiyono & Rizal (2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga menjadi faktor krusial dalam mempertahankan loyalitas konsumen di tengah persaingan yang ketat.

Selain kualitas pelayanan, cita rasa juga menjadi faktor utama yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Cita rasa merupakan atribut produk yang meliputi penampakan, aroma, rasa, tekstur, dan suhu, yang secara keseluruhan membentuk persepsi konsumen terhadap kualitas produk (Lubalu, 2023). Tingkat kesukaan konsumen terhadap cita rasa produk sangat menentukan keberhasilan suatu usaha, terutama di bidang minuman dan dessert. Penelitian Shabrina & Sarah (2025) membuktikan bahwa variabel rasa, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Faktor lain yang tidak kalah penting adalah harga, yang merupakan sejumlah nilai yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa (Magdalenda et al., 2021). Harga sering menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian, khususnya bagi segmen pelajar dan mahasiswa. Namun demikian, konsumen tidak hanya menginginkan harga yang murah, melainkan juga mengharapkan kualitas produk dan pelayanan yang sepadan dengan harga yang dibayarkan. Penelitian Maria et al. (2024) menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mixue di Kota Bandung.

Kepuasan pelanggan sendiri merupakan perasaan yang muncul setelah membandingkan antara harapan dan kinerja produk atau layanan yang diterima (Januardin et al., 2021). Kepuasan pelanggan menjadi indikator penting dalam keberhasilan pemasaran, karena pelanggan yang tidak puas berpotensi menurunkan citra perusahaan dan mengancam keberlangsungan usaha di masa depan (Chandra

et al., 2020). Oleh karena itu, menjaga kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama bagi pelaku usaha di sektor makanan dan minuman.

Mixue Ice Cream Cabang Mangli merupakan salah satu gerai Mixue yang berdiri pada tahun 2023 dan berlokasi di Jalan Udang Windu, Mrapa, Sempusari, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember. Lokasi yang strategis, jam operasional yang panjang, serta harga produk yang terjangkau menjadikan gerai ini diminati oleh pelajar, mahasiswa, dan masyarakat sekitar. Namun, di sisi lain, perkembangan bisnis minuman dan dessert di Kabupaten Jember semakin pesat dengan hadirnya berbagai merek pesaing seperti Xi Boba, Momoyo, Kokumi, WeDrink, dan Chatime yang menawarkan produk sejenis dengan rentang harga yang relatif sama.

Kondisi persaingan tersebut menuntut setiap pelaku usaha, termasuk Mixue Cabang Mangli, untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan, menjaga konsistensi cita rasa, serta menetapkan harga yang sesuai dengan harapan konsumen. Fenomena tetap tingginya minat masyarakat terhadap Mixue di tengah persaingan yang ketat menjadi hal yang menarik untuk dikaji lebih lanjut. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan, cita rasa, dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Mixue Ice Cream Cabang Mangli di Kabupaten Jember, sehingga hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan dasar pengambilan keputusan bagi pihak manajemen dalam meningkatkan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas,maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan mixue cabang Mangli kabupaten Jember?
2. Apakah variabel cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan mixue cabang Mangli kabupaten Jember?
3. Apakah variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan mixue cabang Mangli kabupaten Jember?

4. Apakah variabel kualitas pelayanan, cita rasa, dan harga berpengaruh secara serempak terhadap kepuasan pelanggan mixue cabang Mangli kabupaten Jember

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada mixue cabang Mangli Kabupaten Jember.
2. Menganalisis variabel pengaruh cita rasa terhadap kepuasan pelanggan pada mixue cabang Mangli kabupaten Jember.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh variabel harga terhadap kepuasan pelanggan pada mixue cabang Mangli kabupaten Jember.
4. Menguji dan menganalisis pengaruh variabel kualitas pelayanan, cita rasa dan harga secara serempak terhadap kepuasan pelanggan pada mixue cabang Mangli kabupaten Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian diatas, maka dapat dijelaskan manfaat penelitian sebagai berikut :

1. Manfaat bagi perusahaan
Dengan adanya penelitian ini diharapkan perusahaan dapat mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, cita rasa dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Manfaat bagi akademisi
Riset ini diharapkan memiliki kapasitas untuk menjadi sumber referensi dalam pengembangan studi lebih lanjut, serta memberikan kontribusi bagi penguatan literatur dalam bidang yang sejenis. Hasilnya juga bisa dimanfaatkan oleh peneliti lain yang tertarik mengkaji topik serupa.
3. Manfaat Bagi Peneliti

Penelitian ini digunakan menjadi sarana dalam pengembangan dan pengaktualisasikan pengetahuan teoritis yang diperoleh di bangku kuliah serta menjadi tambahan wawasan.