

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia terus meningkat pesat setiap tahunnya. Menurut Kementerian Perindustrian (KEMENPERIN) sektor industri makanan dan minuman menjadi salah satu penopang pertumbuhan ekonomi yang ada di Indonesia. Oleh karena itu, pemerintah terus mendorong pertumbuhan pada industri ini. Pada triwulan II tahun 2018, pertumbuhan sektor industri makanan dan minuman nasional mencapai 8,67% atau melampaui pertumbuhan ekonomi nasional sebesar 5,27% (www.tempo.com, diunduh pada tanggal 17 Mei 2020).

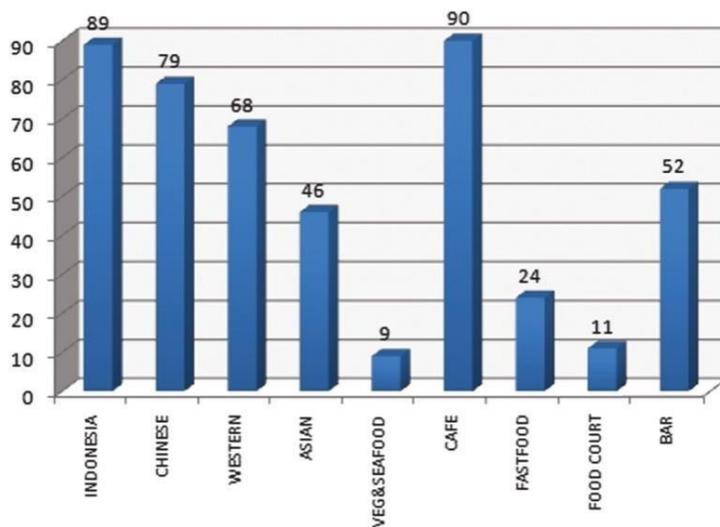
Industri makanan dan minuman juga memberikan kontribusi besar terhadap nilai investasi sepanjang semester I tahun 2018 dengan menyumbang sebesar 47,50% atau senilai Rp 21,9 triliun untuk Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN). Sedangkan, untuk Penanaman Modal Asing (PMA), industri makanan menyettor 10,41% (USD 586 juta). Dirjen Industri Agro KEMENPERIN optimis dengan implementasi industri 4.0, mampu meningkatkan ekspor produk makanan dan minuman olahan nasional hingga empat kali lipat, dari target tahun ini sebesar USD 12,65 miliar akan menjadi USD 50 miliar pada 2025 (www.news.detik.com, diunduh pada tanggal 17 Mei 2020).

Perkembangan pesat yang terjadi pada sektor makanan dan minuman tentunya menjadi peluang usaha tersendiri bagi pengusaha restoran. Hal ini didorong dengan adanya perubahan gaya hidup (*life style*) masyarakat di kota besar

yang sering makan di luar rumah seperti restoran dan cafe. Selain perubahan gaya hidup yang mendorong masyarakat untuk sering makan di luar rumah, adapun penyebab lain yaitu tingkat stres. Tingkat stres masyarakat Indonesia, terutama di kota-kota besar seperti Surabaya sangatlah besar. Ini disebabkan oleh adanya berbagai tekanan seperti contohnya yang paling besar dan umum tekanan ekonomi, sampai yang paling kecil seperti tekanan sosial (www.kanalsatu.com, diunduh pada tanggal 17 Mei 2020).

Pada tahun 2016, ketua Asosiasi Pengusaha Cafe dan Restoran Indonesia (APKRINDO) Jawa Timur mengatakan bahwa saat ini di Surabaya terdapat sekitar 500-600 restoran kelas menengah ke atas. Sementara secara keseluruhan baik cafe, restoran, maupun depot di segmen menengah ke bawah tercatat ada 2.000 usaha kuliner di Surabaya. Setiap tahunnya, rata-rata jumlah restoran, cafe, hingga depot di Jawa Timur ini tumbuh sekitar 10% (www.josstoday.com, diunduh pada tanggal 17 Mei 2020).

Peningkatan jumlah restoran yang begitu pesat di kota Surabaya membawa dampak bagus bagi pertumbuhan sektor pendapatan asli dari kota ini. Jumlah pendapatan dari sektor ini tentu membuat Surabaya semakin dikenal sebagai salah satu pusat kota kuliner yang ada di Indonesia. Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan (DPPK) kota Surabaya mengatakan bahwa ada peningkatan signifikan dari pajak restoran. Pertumbuhan restoran yang terus bertambah setiap tahun membuat banyak investor dari luar kota Surabaya bahkan Jawa Timur tertarik untuk berinvestasi di Surabaya. Besar pendapatan dari sektor pajak restoran di Surabaya pertahunnya lebih dari Rp 200 miliar seiring dengan meningkatnya daya beli masyarakat (www.jatim.tribunnews.com, diunduh pada tanggal 17 Mei 2020).



Gambar 1. 1 Diagram presentase jumlah restoran di Surabaya pada tahun 2016

Sumber: <http://dpm-ptsp.surabaya.go.id> (diunduh pada tanggal 17 Mei 2020)

Dengan adanya potensi pasar yang besar, dapat dipastikan bahwa konsumen yang datang akan bertambah banyak sehingga membuat usaha kuliner terus meningkat dengan pesat dari waktu ke waktu (<http://kominfo.jatimprov.go.id>, diunduh pada tanggal 17 Mei 2020).

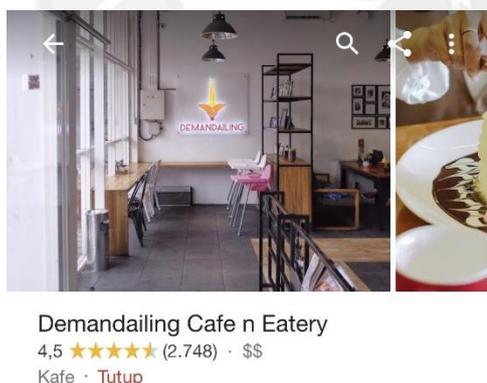
Salah satu cafe modern di Surabaya yang memiliki konsep yang unik adalah De Mandailing Cafe and Eatery. Cafe ini berdiri sejak tahun 2011 dan memiliki 3 cabang yang terletak di daerah Jemursari (Surabaya Selatan), Klampis (Surabaya Timur), dan Bukit Darmo Golf (Surabaya Barat). Namun, yang paling menarik adalah De Mandailing Cafe and Eatery cabang Jemursari. Konsep yang diusung De Mandailing Cafe and Eatery cabang Jemursari tampak berbeda dari cabang lainnya karena menggabungkan beberapa konsep yaitu diantaranya *bistro modern* namun tetap ada sedikit sentuhan nuansa tradisional. Hal inilah yang membuat berbeda dari cabang lain yang hanya mengusung satu konsep saja. Pada tahun 2016, kurang lebih lima tahun berdiri, De Mandailing Cafe and Eatery berhasil memenangkan beberapa penghargaan diantaranya: *Fisrt Winner On Best Cafe Jawa Pos Culinary*

Awards 2016 dan Second Winner On Best Cafe Jawa Pos Culinary Awards 2017 (www.gotravelly.com.com, diunduh pada tanggal 17 Mei 2020).

Berlokasi di Jalan Raya Jemursari, De Mandailing Cafe and Eatery sendiri menawarkan jenis tempat tongkrongan dengan konsep yang artistik dan nyaman dengan harga yang ramah dikantong bagi pelanggannya (www.suryahardiana.com, diunduh pada tanggal 17 Mei 2020).

Customer Loyalty menurut Bendapudi dan Berry dalam Tjiptono (2007) merupakan suatu bentuk tindakan atau tanggapan positif berkaitan dengan janji untuk terus setia dengan komitmen yang telah ditetapkan dan hal tersebut terlihat dari kesetiannya untuk terus menjadi pelanggan tetap walaupun banyak produk lain yang dapat menjadi pilihannya. Maksudnya adalah pelanggan merupakan seseorang yang terus menerus dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut. Pelanggan yang sudah loyal dengan sebuah produk ataupun jasa tentunya akan berbagi cerita tentang pengalaman yang didapatkan, mengajak orang terdekat, dan akan kembali untuk menggunakan produk atau jasa tersebut. Dalam hal ini, salah satu contoh cafe yang memiliki konsep yang unik dan *Customer Loyalty* yang baik adalah De Mandailing Cafe and Eatery. De Mandailing Cafe and Eatery sendiri sudah memiliki beberapa cabang di kota Surabaya. De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari juga selalu terlihat ramai dikunjungi baik pada *weekdays* maupun pada *weekend*. Selain itu, terdapat juga pelanggan yang sering mengajak kerabat maupun saudara untuk mengunjungi De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari. (www.gotravelly.com.com, diunduh pada tanggal 17 Mei 2020).

Menurut Da Silva dalam Oktiani dan Apriyanti (2014) *Customer Satisfaction* yaitu bentuk penilaian selama menggunakan atau mengkonsumsi produk dan pelayanan yang diberikan dimana akan memberikan suatu reaksi dan perasaan tentang harapan, hasil dari evaluasi dari penggunaan produk dan jasa tersebut. Untuk tetap menjaga eksistensinya, De Mandailing Cafe and Eatery berusaha untuk selalu memberikan yang terbaik bagi para pelanggan yang datang sehingga pelanggan merasa puas ketika berkunjung ke De Mandailing Cafe and Eatery. Menurut Schiffman dan Kanuk (2010), di dalam sebuah tempat usaha, pelanggan akan melakukan berbagai perilaku seperti mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi produk atau jasa yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhan. Pada tahap mengevaluasi, pelanggan akan mengarah kepada perasaan puas ketika apa yang menjadi harapannya dapat terwujud. De Mandailing Cafe and Eatery membuktikan dengan mendapatkan skor 4,5 dan 4,8 dari 5 berdasarkan survei kepuasan yang dilakukan oleh Gofood dan Traveloka.



Gambar 1. 2 Survei kepuasan pelanggan De Mandailing Cafe and Eatery
Sumber: www.google.com (diunduh pada tanggal 18 Mei 2020)

Motivation menurut Usman (2011) merupakan keinginan yang terdapat pada seseorang individu yang merangsangnya untuk melakukan tindakan-tindakan atau sesuatu yang menjadi dasar atau alasan seseorang berperilaku. Selain itu, menurut Cropley (1985) *Motivation* merupakan tujuan yang ingin dicapai melalui

perilaku tertentu. Dalam hal ini, banyak pelanggan yang datang ke De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari karena lokasinya strategis seperti dekat dengan pusat perbelanjaan dan rumah sakit. Hal lain yang juga membuat kenapa De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari ramai dikunjungi karena berbagai pilihan menu yang ditawarkan. Sebab, De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari tidak hanya menawarkan menu western saja, tetapi pelanggan juga dapat memilih berbagai menu *Asian food* (www.gotravelly.com.com, diunduh pada tanggal 23 Mei 2020).

Menurut Han dan Ryu (2010), salah satu faktor *Customer Satisfaction* adalah pencapaian *Restaurant Environmental Cues* dan *Non-Environmental Cues* yang sesuai dengan ciri khas dari restoran dan mendapatkan perhatian dari pihak restoran. Kedua faktor tersebut merupakan bagian terpenting dalam menciptakan sebuah kepuasan, dimana pelanggan dapat menghabiskan waktu lebih lama lebih di dalam sebuah restoran ketika kedua faktor lingkungan tersebut sesuai dengan harapan-harapan pelanggan. Menurut Han dan Ryu (2009), *Restaurant Environmental Cues* adalah menekan peran penting lingkungan dalam mempengaruhi perilaku pelanggan di industri restoran. Selanjutnya, menurut John dan Pine (2002), *Non-Environmental Cues* juga menjadi bahan pertimbangan ketika hendak menjatuhkan pilihan pada sebuah restoran. Pada penelitian ini *Restaurant Environmental Cues* dibagi menjadi tiga variabel diantaranya: *Decor & Artifacts*, *Spatial Layout*, dan *Ambient Conditions* (Han dan Ryu, 2009). Selanjutnya, untuk *Non-environmental Cues* dibagi menjadi empat variabel diantaranya: *Location*, *Price*, *Food Quality* dan *Service Quality* (Hyup & Kang, 2014).

Menurut Choirul (2010) *Decor & Artifacts* adalah, sebuah kerangka, bentuk, rancangan, motif, pola, dan corak yang diimplementasikan terhadap suatu

objek. Menurut Reswick (1965) *Decor & Artifacts* merupakan kegiatan kreatif yang melibatkan penciptaan sesuatu yang baru dan berguna yang tidak ada sebelumnya. Dengan demikian dekorasi merupakan seni menghias sebuah ruangan untuk menciptakan sebuah panorama keindahan. Seperti dekorasi pada De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari, terlihat dinding-dinding cafe, didesain sedemikian rupa, sehingga setiap sudutnya terlihat begitu cantik. Masing-masing sisi dinding, memiliki desain yang berbeda-beda. Beberapa pigura foto, bunga hias dan pernik-pernik unik yang menempel pada dinding cafe, menambah keindahan dan kesemarakkan suasana. Desain dari lantai cafe juga menarik dan unik, dengan memilik keramik yang berwarna gelap yang dipadu padankan dengan aksen kayu.



Gambar 1. 3 Dekorasi De Mandailing Cafe and Eatery
Sumber: www.google.com (diunduh pada tanggal 18 Mei 2020)

Menurut Tampubolon (2004) *Spatial Layout* adalah susunan letak fasilitas operasional sebuah tempat seperti meja dan kursi, baik yang ada dalam bangunan maupun di luar bangunan. Selanjutnya menurut Krajewski, Ritzman, dan Malhotra (2007) *Spatial Layout* adalah suatu perencanaan yang melibatkan keputusan mengenai penyusunan dan penataan tata letak dari suatu pusat aktivitas yang dibutuhkan oleh setiap fasilitas yang memiliki berbagai macam proses. Lalu, Sumayang (2003) menjelaskan bahwa *Spatial Layout* adalah tatanan secara fisik dari suatu terminal kerja beserta peralatan dan perlengkapan yang mengacu kepada

proses produksi, dan merupakan pengaturan letak dari sumber – sumber yang digunakan dalam proses produksi, yang akan mengatur arus material, produktivitas dan hubungan antar – manusia. Dalam hal ini, De Mandailing Cafe and Eatery cabang Jemursari memiliki tata letak meja dan kursi yang baik artinya tidak berdempetan satu dengan yang lain. Pihak dari De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari memberikan *space* antara meja dan kursi satu dengan yang lain sehingga pelanggan nantinya nyaman saat mengkonsumsi makanan dan minuman di cafe ataupun memiliki ruang yang cukup untuk bergerak ketika berada di dalam cafe.



Gambar 1. 4 Tata ruang De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari
Sumber: www.google.com (diunduh pada tanggal 18 Mei 2020)

Menurut Bitner (1992) dalam (Lovelock, Wirtz & Musrri, 2011) *Ambient Conditions* merupakan karakteristik lingkungan yang berkenaan dengan lima panca indra. Latar belakang dari lingkungan seperti suhu, pencahayaan, musik, warna, bau dan gangguan suara. Beberapa gangguan kecil mungkin tidak akan mengganggu namun jika kondisi lingkungan menjadi ekstrim dapat menjadi masalah serius dan membuat pelanggan tertekan Menurut Ancok (1989) *Ambient Conditions* merupakan kualitas fisik dari sebuah lingkungan yang meliputi beberapa hal seperti suara, pencahayaan, suhu, tingkat kebisingan ataupun suara. Reswick (1965) menuturkan bahwa *Ambient Conditions* keadaan yang mengelilingi individu seperti sound, cahaya/ penerangan, warna, kualitas udara, temperatur, dan kelembaban.

Pada De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari, pencahayaan yang digunakan baik didalam maupun diluar cafe tidak menyilaukan mata. Selain itu, bau ruangan sering menggunakan aroma buah-buahan. Tidak ketinggalan, suhu dalam cafe pun cukup dingin. Pihak De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari juga selalu memutar musik dengan tujuan agar suasana cafe menjadi lebih hidup dan pelanggan semakin menikmati waktunya ketika berada di De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari.



Gambar 1. 5 Ambient Conditions De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari

Sumber: www.google.com (diunduh pada tanggal 18 Mei 2020)

Location menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006), berhubungan dengan di mana usaha harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya. Pemilihan lokasi merupakan faktor penting yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu usaha, karena pemilihan lokasi juga berhubungan dengan keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu lokasi tempat usaha yang tepat merupakan tuntutan yang mutlak harus dipenuhi oleh setiap usaha. Menurut Tjiptono (2014) *Location* merupakan tempat untuk melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajang barang-barang dagangannya. *Location* merupakan aspek penting dalam saluran distribusi, dimana lokasi yang baik dapat menjamin tersedianya akses yang cepat, yang dapat menarik sebagian besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja (Alma, 2011). Dalam hal ini, lokasi dari De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari cukup strategis karena berada di Jalan Raya Jemursari

No.71, Jemur Wonosari, Kec. Wonocolo, Kota Surabaya, Jawa Timur. Lokasinya yang strategis membuat para pelanggan dengan mudah menemukan cafe ini, sebab letaknya dipinggir jalan dan dekat dengan beberapa tempat seperti rumah sakit, bank ataupun pusat perbelanjaan.

Menurut Suparyanto dan Rosad (2015), *Price* adalah jumlah sesuatu yang memiliki nilai pada umumnya berupa uang yang harus dikorbankan untuk mendapatkan suatu produk. *Price* menurut Indra (2017) adalah nilai uang yang harus dibayarkan oleh konsumen kepada penjual atas barang atau jasa yang dibelinya. Dengan kata lain, *Price* adalah nilai suatu barang yang ditentukan oleh penjual. Han dan Ryu (2010) mendefinisikan *Price* adalah sejumlah uang yang dibebankan kepada konsumen untuk mendapatkan manfaat dari suatu produk (barang/ jasa) yang dibeli dari penjual atau produsen. Untuk harga yang ditawarkan De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari cukup terjangkau. Paket menu *western food* seperti fries with cheese sauce dan baked lasagna bolognese, harganya Rp.50.000 namun untuk porsi *extra large* yang bisa dimakan untuk porsi 3-4 orang. Selanjutnya, untuk menu *asian food*, De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari memiliki beberapa pilihan menu seperti Japanese curry with chicken katsu, teriyaki chicken schnitzel, ataupun chicken curry yang dibandrol dengan harga mulai Rp.30.000 untuk ukuran *large* sampai dengan harga Rp. 50.000 untuk ukuran *extra large*. Variasi menu rendang juga menjadi menu andalan dari De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari seperti rendang and cheese fries dan spaghetti rendang yang harganya berkisar dari Rp.47.000-Rp.69.000. Untuk minumannya, khusus bagi para pecinta kopi, dapat memesan varian kopi single origin atau seasonal blends yang harganya mulai dari Rp.20.000 sampai Rp.35.000. Variasi minuman lainnya yang

ada pada De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari yaitu variasi jus buah segar, ice blend, milkshake yang dipatok dari harga Rp.15.000 sampai dengan harga Rp. 45.000. Selanjutnya, untuk *dessert* seperti varian waffle harganya berkisar Rp.20.000-Rp. 50.000.



Gambar 1. 6 Harga De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari
 Sumber: www.google.com (diunduh pada tanggal 22 Mei 2020)

Service Quality menurut Nikmah (2013) diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan. *Service Quality* menurut Tjiptono (2008) dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan, karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah keperusahaan lain. *Service Quality* didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Oktafani & Sigit, 2014) Dari segi *service* yang diberikan oleh De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari, untuk seluruh area cafe dilengkapi dengan fasilitas wifi, sehingga pelanggan dapat menikmati waktunya di cafe sambil mengakses internet kapan saja.

Selain itu, pelayan De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari, selalu menggunakan seragam dengan rapi disertai *name tag* sehingga memudahkan pelanggan memanggil nama pelayan jika membutuhkan bantuan, dan tidak lupa para pelayan juga selalu tersenyum dan memberikan salam kepada para pelanggan yang datang atau pun telah selesai menikmati waktunya di De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari. Hal lainnya dari segi *service*, pihak De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari akan memberikan satu porsi waffle gratis yang dilengkapi dengan beberapa batang lilin ketika ada pelanggan yang berulang tahun. Sebagai timbal baliknya, pelanggan diharapkan bersedia di foto dengan sebuah kamera polaroid, dimana nanti hasil fotonya akan ditempelkan di salah satu dinding cafe sebagai sarana promosi dari cafe ini. De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari juga sangat terbuka untuk menerima kritik dan saran dari pelanggan, dimana ketika pelanggan memiliki keluhan ataupun saran mengenai layanan atau seputar *review* menu dari cafe ini, maka pelanggan dapat menyampaikan hal tersebut melalui *direct message* di media sosial.

Food Quality merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh restaurant dikarenakan makanan merupakan produk utama yang ditawarkan oleh restaurant kepada pelanggan mereka sehingga restaurant harus menjaga harapan pelanggan mengenai kualitas dari produk yang ditawarkan oleh restaurant (Walter et al., 2010; Jang and Mankung, 2009). Makanan yang disajikan di De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari terdiri atas menu *western food* dan *Asian food*. *Western food* terdiri dari beberapa menu seperti pasta, spaghetti, ataupun hamburger. Sedangkan, untuk *Asian food* terdiri dari beberapa variasi menu seperti olahan rending, curry rice, dan chicken teriyaki. Makanan dan minuman di Demandailing

Café ini disajikan dengan menggunakan konsep plating yang sangat cantik, dan selalu ditambahkan *small flag* yang terdapat lambing dari De Mandailing Cafe and Eatery.



Gambar 1. 7 Makanan di De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari
Sumber: www.google.com (diunduh pada tanggal 22 Mei 2020)

Penelitian ini dilakukan berdasarkan *research gap*, *research gap* pertama yaitu dari penelitian Zaki dan Rizal (2018) yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan dari *Ambient Conditions* terhadap *Customer Satisfaction*. Penelitian ini berbeda dari penelitian Han dan Ryu (2009) dimana menjelaskan terdapat pengaruh yang tidak signifikan dari *Ambient Conditions* terhadap *Customer Satisfaction*. Hal ini dikarenakan variabel lainnya seperti *Decor & Artifacts* lebih berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*.

Sebagai salah satu cafe di Surabaya, sangat penting bagi De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari untuk meningkatkan *Restaurant Environmental Cues* dan *Non-Environmental Cues* dari pelanggan yang nantinya berujung pada *Customer Loyalty*. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti tentang Analisis Pengaruh *Restaurant Environmental Cues* dan *Non-Environmental Cues* terhadap

Customer Loyalty melalui *Customer Satisfaction* yang dimoderasi oleh *Motivation* pada pelanggan De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari di Surabaya.

1.2 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini meneliti tentang analisis pengaruh *Restaurant Environmental Cues* dan *Non-Environmental Cues* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* yang dimoderasi oleh *Motivation* pada pelanggan De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari di Surabaya.
2. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah pria maupun wanita dengan rentang usia 17-65 tahun dengan karakteristik: berdomisili di Surabaya, pernah melakukan pembelian dan konsumsi di tempat minimal 2 kali dalam kurun waktu 1 tahun terakhir di De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari di Surabaya.
3. Perhitungan dan analisis hasil kuesioner menggunakan alat bantu software SPSS versi 22.0.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah yang telah diuraikan maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Decor & Artifacts* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari di Surabaya?

2. Apakah *Spatial Layout* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari di Surabaya?
3. Apakah *Ambient Conditions* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari di Surabaya?
4. Apakah *Food Quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari di Surabaya?
5. Apakah *Service Quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari di Surabaya?
6. Apakah *Price* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari di Surabaya?
7. Apakah *Location* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari di Surabaya?
8. Apakah *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada pelanggan De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari di Surabaya?
9. Apakah *Motivation* memperkuat pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* pada pelanggan De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari di Surabaya?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan maka tujuan penelitian pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Decor & Artifacts* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari di Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Spatial Layout* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari di Surabaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Ambient Conditions* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari di Surabaya.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Food Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari di Surabaya.
5. Untuk mengetahui pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari di Surabaya.
6. Untuk mengetahui pengaruh *Price* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari di Surabaya.
7. Untuk mengetahui pengaruh *Location* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari di Surabaya.
8. Untuk mengetahui pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* pada pelanggan De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari di Surabaya.

9. Untuk mengetahui peran *Motivation* yang memperkuat pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* pada pelanggan De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari di Surabaya.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memberikan kontribusi pada pengembangan teori dan penelitian pemasaran, khususnya mengenai pengaruh dari *Restaurant Environmental Cues* yang terdiri atas variabel *Decor & Artifacts*, *Spatial Layout*, *Ambient Conditions* dan *Non-Restaurant Environmental Cues* yang terdiri atas *Food Quality*, *Service Quality*, *Price*, dan *Location* terhadap *Customer Satisfaction* yang dimoderasi oleh *Motivation* dalam membentuk *Customer Loyalty*. Selain itu hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai acuan bagi penelitian selanjutnya dimasa yang akan datang.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Bagi penulis

Bermanfaat secara langsung dalam memperluas pandangan serta menambah pengetahuan penulis tentang pengaruh variabel dari *Restaurant Environmental Cues* yang terdiri atas variabel *Decor & Artifacts*, *Spatial Layout*, *Ambient Conditions* dan *Non-Restaurant Environmental Cues* yang terdiri atas *Food Quality*, *Service Quality*, *Price*, dan *Location* terhadap

Customer Satisfaction yang dimoderasi oleh *Motivation* dalam membentuk *Customer Loyalty* khususnya dalam industri makanan dan minuman.

2. Bagi De Mandailing Cafe and Eatery Jemursari di Surabaya

Diharapkan mampu menjadi bahan masukan dalam merumuskan strategi sehubungan dengan pengaruh dari *Restaurant Environmental Cues* yang terdiri atas variabel *Decor & Artifacts*, *Spatial Layout*, *Ambient Conditions* dan *Non-Restaurant Environmental Cues* yang terdiri atas *Food Quality*, *Service Quality*, *Price*, dan *Location* terhadap *Customer Satisfaction* yang dimoderasi oleh *Motivation* dalam rangka meningkatkan *Customer Loyalty*.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian yang terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis, dan sistematika penulisan.

BAB II : Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

Bab ini berisi tentang landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, model penelitian, dan bagan alur berpikir.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel, dan metode analisis data.

BAB IV: ANALISIS DATA & PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai tampilan data penelitian yang telah dilakukan beserta pembahasan mengenai hasil penelitian yang diperoleh dari pengumpulan data yang telah dilakukan.

BAB V: PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, implikasi dari penelitian yang telah dilakukan, dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.

