

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini peneliti ini akan memberikan penjelasan dan pengertian mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, manfaat penelitian dan tujuan penelitian

1.1 Latar Belakang

Pada jaman globalisasi saat ini pelanggan dengan mudah mendapatkan informasi mengenai suatu merek melalui perbincangan melalui *offline* atau dengan cara tatap-muka maupun dengan cara *online* yaitu dengan sosial media. Hal tersebut menciptakan banyak informasi yang masuk tentang suatu produk atau jasa yang digunakan oleh konsumen. Informasi yang di dapatkan oleh konsumen bisa berupa informasi yang positif dan negatif mengenai suatu merek sehingga dapat membuat konsumen ragu untuk memilih produk atau jasa yang tepat sesuai kebutuhan (Andika, 2017). Informasi yang di dapatkan konsumen dapat berupa harga, citra merek dan kualitas pelayanan suatu produk atau jasa. Informasi sangat berperan penting untuk menentukan sebuah pilihan merek untuk konsumen (Erdem, T. and Swait, & J. Ana Valenzuela, 2006).

Kualitas pelayanan juga bisa mempengaruhi pilihan konsumen dan juga salah satu faktor yang berkontribusi atas kesuksesan dari perusahaan (Shahin & Dabestani, 2010). Kualitas Pelayanan merupakan suatu penilaian yang dilakukan oleh konsumen dinilai dari superirotas dan kesempurnaannya (Zeithaml & Bitner, 2003). Industri

Makanan dan Minuman merupakan industri yang menyediakan produk berupa makanan dan juga jasa berupa kualitas pelayanan.

Pada era persaingan yang semakin ketat ini, kunci dari mempertahankan keunggulan kompetitif adalah memberikan kualitas pelayanan yang baik untuk diberikan kepada kepuasan konsumen (Shemwell, Yavas, & Bilgin, 1998). Ada beragam temuan tentang arah kausal antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, perbedaan yang paling mencolok adalah merasakan kualitas pelayanan itu di definisikan dalam bentuk sebuah sikap terhadap konsumen, membutuhkan evaluasi jangka panjang dalam melakukan evaluasi kualitas pelayanan terhadap suatu produk atau jasa yang dimana kepuasan adalah sebuah transaksi (Bitner, et al., 2009). Menurut studi dari (Bitner, 1992) mengusulkan sebuah model penelitian tentang pertemuan kualitas pelayanan yang secara empiris menunjukkan bahwa kepuasan konsumen adalah anteseden kualitas pelayanan. Peneliti mengamati bahwa konsumen bisa mengevaluasi puas atau tidak puasnya dengan layanan yang diberikan terhadap suatu produk atau jasa setelah merasakan suatu kualitas pelayanan, khususnya konsumen bisa merasakan kualitas pelayanan langsung setelah melakukan pengalaman daripada pelayanan pada suatu produk atau jasa dengan cara membandingkan ekspektasi konsumen dan apa yang dirasakan pada saat itu juga.

Kepuasan konsumen sudah menjadi salah satu prioritas dan faktor utama pada bidang pemasaran karena dianggap sebagai penentu yang sangat signifikan oleh pembelian berulang, *positive words-of-mouth* dan loyalitas konsumen. Pada industri restoran komponen layanan yang ada adalah *Intagibles* (employee – customer

interaction) yaitu interaksi antara karyawan dan juga konsumen, dan ada juga layanan yang *tangibles* yaitu (food and physical facilities) yaitu produk restoran tersebut berupa makanan dan juga lingkungan berupa fisik yang ada. Kombinasi pada komponen tidak berwujud dan berwujud yang baik pasti akan menghasilkan kualitas pelayanan yang baik pada persepsi konsumen yang juga mungkin akan mendapatkan kepuasan konsumen dan respon yang positif pada industri restoran. Kualitas makanan, atmosfer pada restoran, variasi menu yang ada, pelayanan dari karyawan restoran , kebersihan, gaya , harga , desain interior dan dekorasi pada restoran, keprofesionalan karyawan restoran dan juga letak restoran berada adalah komponen dari citra merek daripada industri restoran (Prendergast & Man, 2002).

Pandangan mengenai komponen citra merek dan kualitas makanan pada industri restoran terlihat sama menurut teori (Baker, Grewal, & Parasuraman, 2007) yaitu definisi dari citra restoran sebagai persepsi konsumen pada atribut yang berbeda-beda. Penelitian dari (Bloemer & Ruyter, 1998) mengatakan bahwa hubungan antara citra pada toko, kepuasan pelanggan dan kesetiaan pelanggan yang terdiri dari produk, lokasi , lingkungan , pelayanan pada konsumen, harga, periklanan dan *sales incentive programs* secara tidak langsung mempunyai efek yang positif pada kesetiaan pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Menurut (Maclaurin, 2000) mengatakan bahwa ada beberapa faktor dari restoran dengan konsep atau tema di Singapura dan kualitas makanan merupakan elemen yang penting dalam konsep restoran, selain juga kualitas pelayanan, menu, lingkungan pada restoran, kenyamanan, nilai dan harga. Kualitas makanan merupakan salah satu elemen

penentu atau pendorong agar konsumen dapat loyal terhadap restoran yang mereka pilih (Clark & Wood, 1998). Menurut studi dari (Mattila, 2001) mengindikasikan bahwa ada tiga alasan untuk konsumen memilih restoran, ketiga alasan tersebut adalah kualitas makanan, layanan dan lingkungan fisik pada restoran. Kualitas makanan merupakan faktor dan komponen yang penting didalam kualitas pelayanan sebuah restoran dan mempunyai hubungan yang positif dengan loyalitas dan kepuasan konsumen.

Pentingnya lingkungan fisik di industri restoran dapat membentuk sebuah citra yang baik maupun buruk pada restoran terserbut dan untuk mendorong kepuasan pelanggan akan sebuah restoran tersebut (Hui, et al., 2007). Pelayanan di restoran dan konsumsi yang dilakukan oleh konsumen secara terus-menerus dapat dikatakan bahwa konsumen sedang berada di pabrik dan sedang mengalami sebuah pengalaman yaitu pelayanan dalam bentuk fisik yaitu sebuah restroran (Bitner, 1992). Selain daripada makanan dan kualitas layanan hal lain yang dapat diterima oleh konsumen adalah lingkungan fisik seperti lampu, dekorasi dan penampilan karyawan juga menentukan seberapa besar kepuasan konsumen pada industri restoran, karena layanan umumnya adalah tidak berwujud dan memerlukan konsumen hadir pada waktu dan tempat yang sama saat proses pelayanan berlangsung.

Lingkungan fisik dari sebuah restoran mempunyai dampak yang signifikan terhadap persepsi sebuah kualitas pelayanan yang juga berdampak kepada kepuasan pelanggan pada industri restoran (Bitner, et al., 2009) . Bitner mengatakan bahwa lingkungan fisik pada restoran bisa menjadi faktor utama atau alasan utama kepuasan

pelanggan, juga menjelaskan tentang efek dari berwujud, lingkungan fisik dari restoran yang menjadi pembentuk citra kualitas layanan yaitu *Servicescape*.

Servicescape didefinisikan sebagai gabungan dari semua efek dari faktor berupa fisik yang bisa di kontrol oleh suatu organisasi servis untuk meningkatkan perilaku konsumen dan karyawan pada sebuah restoran (Bitner, 1992). *Servicescape* juga di definisikan sebagai lingkungan buatan atau juga bisa didefinisikan sebagai lingkungan yang dibuat oleh manusia yang menyerupai yang melawan alam atau lingkungan sosialnya (Bitner, 1992). Ada tiga dimensi *serviscape* yang mempengaruhi persepsi konsumen tentang *serviscape* tersebut, yaitu *ambient condition* yang berarti elemen yang mempengaruhi bagaimana suasana pada tempat tersebut, lalu ada *spatial layout* yaitu konsumen nyaman secara desain interior contohnya dan yang terakhir adalah *sign, symbols and artifact* atau contohnya adalah hiasan maupun tanda-tanda maupun penentu arah pada restoran tersebut (Bitner, 1992). Penelitian dari (Chang, Chebat, & Michon, 2003) mengatakan bahwa ada hubungan antara lingkungan fisik atau *physical environment* dan kepuasan pelanggan. Efek dari tata letak, keindahan fasilitas, peralatan elektronik, kenyamanan saat duduk dan kebersihan pada suatu restoran merupakan kualitas dari *servicescape* (Wakefield & Blodget, 1996). Lingkungan fisik di restoran merupakan indikator secara langsung dan positif terhadap kepuasan pelanggan, maka dari itu pengusaha yang bergerak pada bidang restoran mempunyai beberapa cara dalam mengatur lingkungan fisik pada restoran untuk mendapatkan kepuasan pelanggan dan juga membawa hubungan yang positif terhadap kepuasan pelanggan (Chang, 2000)

Pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat khususnya di daerah DKI Jakarta menyebabkan kebutuhan primer, tersier dan sekunder juga meningkat salah satu contohnya adalah kebutuhan pangan. Semakin banyaknya masyarakat moderen sering juga dihubungkan dengan mobilitas penduduk yang semakin tinggi dan juga aktivitas dan waktu kerja yang sibuk sehingga semakin banyak para pekerja menghabiskan waktu diluar rumah. Menyebabkan masyarakat tidak mempunyai waktu yang cukup untuk menyiapkan atau mengolah makanannya dirumah sehingga para pekerja itu cenderung memilih untuk makan dirumah.

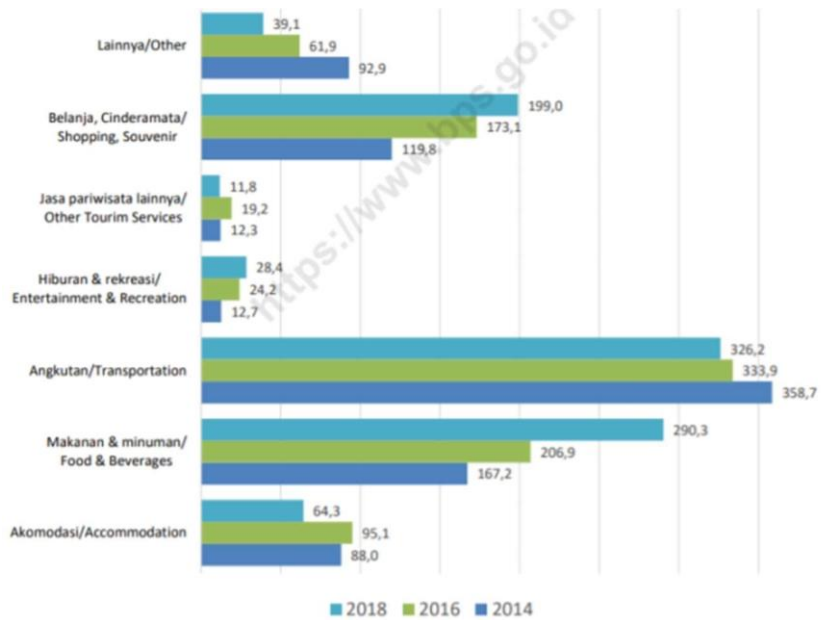
Tabel 1.1: Jumlah Penduduk 2015-2018

Provinsi	Jumlah Penduduk			
	2015	2016	2017	2018
Jawa Barat	46709,6	47379,4	48037,6	48683,7
Jawa Timur	38847,6	39075,3	39293,0	39500,9
Jawa Tengah	33774,1	34019,1	34257,9	34490,8
Sumatera Utara	13937,8	14102,9	14262,1	14415,4
Banten	11955,2	12203,1	12448,2	12689,7
DKI Jakarta	10177,9	10277,6	10374,2	10467,6

Sumber : Badan Pusat Statistik (2019)

Dari Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa penduduk pada daerah DKI Jakarta dari tahun 2015-2018 meningkat.

Tabel 1.2: Tabel Rata-Rata jenis pengeluaran di DKI Jakarta 2018



Sumber: Badan Pusat Statistik (2018)

Pada Tabel 1.2 menunjukkan bahwa rata-rata pengeluaran makanan dan minuman di DKI Jakarta cukup tinggi yang membuktikan bahwa orang-orang umumnya yang berada di DKI Jakarta lebih suka untuk makan di restoran.

Persaingan bisnis khususnya pada industri makanan atau restoran semakin ketat, ditandai dengan banyaknya pebisnis yang membuka banyak rumah makan atau restoran, persaingan tersebut disebabkan karena restoran menjadi bisnis yang sangat menjanjikan pada jaman yang modern ini (Nadiati, 2017).

Tabel 1.3 : Jumlah Usaha Penyedia Makanan dan Minuman tahun 2018

Provinsi Province	Jenis Usaha/Business Type			Jumlah Total
	Restoran/Rumah Makan Restaurant	Katering Catering	PMM Lainnya Others	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1. Aceh	21	1	13	35
2. Sumatera Utara	191	8	70	269
3. Sumatera Barat	68	8	29	105
4. Riau	125	8	47	180
5. Jambi	34	1	7	42
6. Sumatera Selatan	132	11	22	165
7. Bengkulu	18	0	4	22
8. Lampung	39	3	9	51
9. Kep. Bangka Belitung	19	1	3	23
10. Kepulauan Riau	114	9	59	182
11. DKI Jakarta	3.021	97	1.098	4.216
12. Jawa Barat	1.231	107	456	1.794
13. Jawa Tengah	289	22	101	412
14. D.I. Yogyakarta	157	13	63	233
15. Jawa Timur	640	76	283	999
16. Banten	584	24	198	806
17. Bali	408	12	137	557
18. Nusa Tenggara Barat	29	3	13	45
19. Nusa Tenggara Timur	25	0	11	36
20. Kalimantan Barat	43	1	11	55
21. Kalimantan Tengah	26	1	12	39
22. Kalimantan Selatan	59	13	27	99
23. Kalimantan Timur	109	38	26	173
24. Kalimantan Utara	1	2	0	3
25. Sulawesi Utara	47	2	15	64
26. Sulawesi Tengah	4	0	2	6
27. Sulawesi Selatan	150	15	93	258
28. Sulawesi Tenggara	14	1	5	20
29. Gorontalo	10	0	0	10
30. Sulawesi Barat	2	0	0	2
31. Maluku	20	2	5	27
32. Maluku Utara	26	0	7	33
33. Papua Barat	4	2	2	8
34. Papua	20	4	8	32
Indonesia	7.680	485	2.836	11.001

Sumber : <https://www.bps.go.id>

Dari Tabel 1.3 menunjukkan bahwa restoran atau usaha tempat makan yang berada di daerah DKI Jakarta sampai dengan tahun 2018 ada sebanyak 3021 restoran. Dengan jumlah yang meningkat tentunya juga menjadi perhatian bagi konsumen untuk memilih restoran yang mana agar dapat memenuhi kepuasan pribadi saat sedang makan di restoran.

Tabel 1.4 : Jumlah Usaha Pada Industri Restoran Tahun 2018

Lokasi Usaha	Restoran	Katering	Lainnya	Jumlah
Mall/Pertokoan/Perkantoran	70.59	39.57	65.98	68.50
Hotel	1.83	0.62	0.67	1.63
Kawasan Wisata (Objek Wisata)	6.45	0.46	1.86	5.65
Kawasan Industri	0.84	0.61	0.66	0.79
Lainnya	20.29	58.73	30.77	23.38

Sumber : <https://www.bps.go.id>

Pada Tabel 1.4 menunjukkan persentase usaha penyediaan makanan dan minuman menurut Lokasi Usaha dan Jenis Usaha di DKI Jakarta pada tahun 2019. Berdasarkan pada Tabel 1.4 menunjukkan bahwa meskipun jumlah usaha pada industri restoran mengalami peningkatan namun mempunyai persentase yang kecil yaitu sebanyak 1.83%. Namun demikian, perkembangan restoran atau makanan mewah khususnya di hotel berkembang secara pesat khususnya di DKI Jakarta selama dua dekade terakhir ini (Suryawati & Osin, 2019). Dengan fenomena yang ada di hotel, restoran mewah pada hotel juga merupakan sumber pendapatan atau salah satu faktor utama pendapatan hotel tersebut khususnya bagi hotel-hotel mewah yang ada (Kwon, Kang, & Han, 2014). Meskipun saat ini sangat populer, kompetisi pada segmen restoran hotel semakin tinggi daripada banyaknya tingkat restoran lain yang tidak berada didalam hotel dan juga memiliki perkembangan yang pesat dalam pasar restoran mewah (Haryanto, 2013).

Tabel 1.5 : Nama hotel dan Restoran hotel bintang 5

Nama Hotel	Restoran Hotel
Pullman Jakarta Central Park	Collage Restaurant
Hotel Indonesia Kempinski Jakarta	The Signature
Alila SCBD Jakarta	Vong Kitchen
Hotel Raffles Jakarta	Arts Cafe
Hotel Fairmont Jakarta	Spectrum

Hotel Mulia Senayan	The Cafe
Artotel	RoCA Restaurant
DoubleTREE by Hilton Jakarta	OPEN Restaurant
Four Seasons Hotel Jakarta	Palm Court
Swissotel Jakarta PIK Avenue	Mandarin Restaurant
Gran Melia Jakarta	Cafe Grand Via
Ayana Midplaza Jakarta	Blue Terrace
The Ritz-Carlton Jakarta, Mega Kuningan	Asia Restaurant
Grand Hyatt Jakarta	Grand Cafe
The Dharmawangsa Jakarta	Jakarta and the Courtyard
The Hermitage	L' Avenue Restaurant
Keraton at The Plaza	Bengawan
Ayana Midplaza, JAKARTA	Rasa Restaurant
Wyndham Casablanca	Riva Grill Bar & Terrace
InterContinental Jakarta	Sugar & Spice Restaurant
The Westin Jakarta	Seasonal Taste
Pullman Jakarta Indonesia, Thambrin	Sana-Sini
The Sultan Hotel and Residence	Lagoon Cafe
Crowne Plaza Jakarta	Beranda Cafe
Ascott Kuningan Jakarta	On Eleven
Kemang Icon	The Edge
Grand Sahid Jaya	Mare Nostrum
Sheraton Grand Jakarta Gandaria	Anigre
Le Meridien Jakarta	La Brasserie
Aryaduta Jakarta	Ambiente
Mandarin Oriental, Jakarta	Li Feng
Hotel Gran Mahakam	Le Gran Cafe
Hotel Sunlake	Silver Spoon Restaurant
Grand Mercure Jakarta, Harmoni	Harmoni Square
Hotel Borobudur Jakarta	Bogor Cafe
The Ritz-Carlton Jakarta, Pacific Place	PASOLA
Aryaduta Suites Semanggi	Porta Venezia
Grand Mercure Jakarta, Kemayoran	Caatappa Restaurant
Oakwood Premier Cozmo Jakarta	Oakwood Premier Cozmo Restaurant
Merlynn Park	Grand Central
Shangri-La	Satoo
JW-Marriot	Sailendra Restaurant

Sumber : www.bps.co.id

Berikut adalah nama-nama hotel bintang 5 dan restorannya yang ada di DKI Jakarta

Pada industri restoran pada hotel sekarang sudah mencapai tingkat dewasa atau disebut dengan *maturity* bahkan tingkat re-visitation atau tingkat konsumen datang kembali ke restoran hotel itu rendah karena dengan adanya masalah harga (Sasongko, 2013). Mempertahankan konsumen merupakan salah satu tantangan

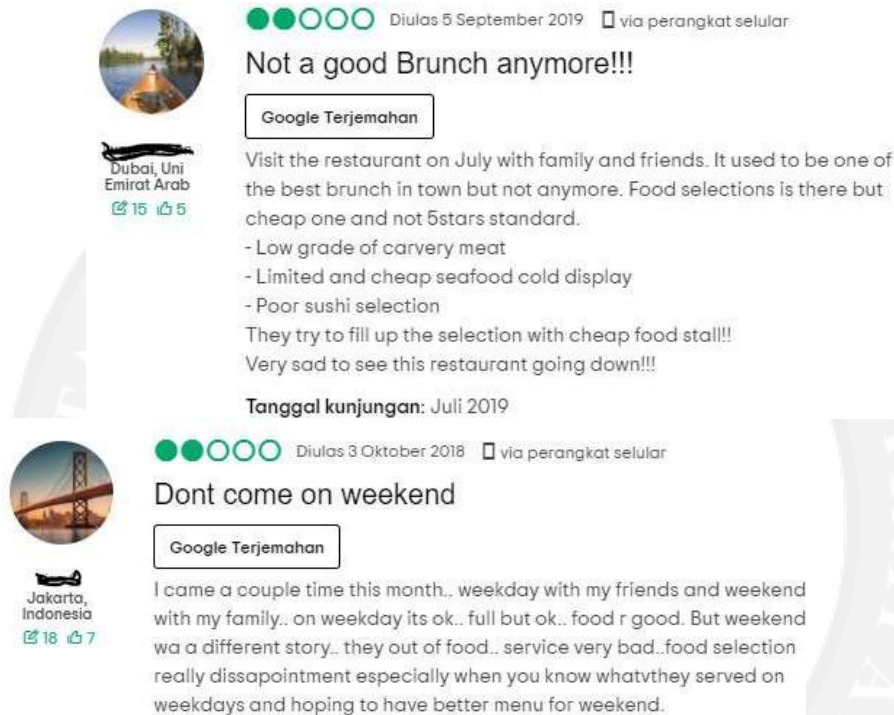
dari restoran hotel tersebut, menggali faktor-faktor yang penting dan bagaimana variabel-variabel berupa kualitas makanan, kualitas pelayanan dan juga lingkungan fisik tersebut berkontribusi untuk merangsang konsumen agar datang kembali ke restoran hotel tersebut untuk bertahan dan menjadi sukses dalam industri restoran pada suatu hotel.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam penelitian (Ryu & Han, 2013) membahas tentang restoran dengan implikasinya pada kualitas layanan, kualitas makanan dan lingkungan fisik di restoran terhadap kepuasan pelanggan di *Quick-Casual Restaurant*. Terdapat batasan dalam penelitian (Ryu & Han, 2013) bahwa penelitian tersebut membahas tentang *fine dining restaurant* tetapi tidak pada restoran yang berada di hotel, yang dimana restoran hotel menjadi kurang diperhatikan padahal menarik untuk diteliti. Oleh karena itu penelitian ini mengembangkan dengan mereplikasi penelitian sebelumnya dengan memilih restoran hotel sebagai subjek penelitian tetapi tidak mengganti variabel yang diteliti yaitu kualitas layanan, kualitas makanan dan lingkungan fisik pada restoran. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya oleh (Ryu & Han, 2013) adalah dengan mengganti subjek penelitian yaitu restoran pada hotel dimana kedua subjek tersebut mempunyai suatu kesamaan yaitu kedua subjek tersebut berjalan pada bidang makanan dan minuman.

Penelitian ini ingin meneliti hubungan kualitas layanan, kualitas makanan dan lingkungan fisik dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan di restoran hotel.

Penelitian yang dilakukan sekarang ingin melihat faktor lainnya dikarenakan adanya ulasan-ulasan negatif dari konsumen yang sudah pernah mengkonsumsi pada restoran hotel yang dapat dilihat pada gambar 1.1



Gambar 1.1 : Ulasan konsumen terhadap Restoran
Sumber: tripadvisor.com

Ulasan-ulasan negatif yang dituliskan oleh konsumen tentang kualitas makanan, lingkungan pada restoran dan juga kualitas pelayanan sangat mempengaruhi kedatangan konsumen. Restoran hotel memiliki beberapa masalah, yaitu mengenai kualitas pelayanan lingkungan pada restoran hotel tersebut salah satu contohnya adalah adanya masalah dalam lingkungan pada restoran tersebut yaitu pihak restoran hotel tidak menyalakan pendingin saat ada konsumen yang sedang menyantap, konsumen sudah meminta berkali-kali untuk menyalakannya tetapi tetap

dinyalakan, peristiwa tersebut menunjukkan bahwa restoran hotel yang berada dikawasan DKI Jakarta tidak menunjukkan kualitas pelayanan yang baik.

Dari latar belakang dan adanya masalah diatas mengenai hubungan kualitas makanan, kualitas pelayanan dan lingkungan fisik pada restoran terhadap kepuasan pelanggan pada restoran hotel maka penelitian ini akan dilakukan.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Rumusan masalah dari latar belakang diatas pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana hubungan kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran di hotel di daerah DKI Jakarta ?
2. Bagaimana hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran di hotel di daerah DKI Jakarta ?
3. Bagaimana hubungan lingkungan fisik pada restoran terhadap kepuasan pelanggan pada restoran di hotel di daerah DKI Jakarta ?

1.4 Tujuan Penelitian

Bedasarkan uraian pertanyaan pada rumusan masalah diatas, tujuan penelitian yang dirumuskan adalah :

1. Untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran di hotel di daerah DKI Jakarta
2. Untuk mengetahui hubungan kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran di hotel di daerah DKI Jakarta

3. Untuk mengetahui hubungan antara lingkungan fisik di restoran terhadap kepuasan pelanggan pada restoran di hotel di daerah DKI Jakarta

1.5 Manfaat Penelitian

1. Dalam bidang akademis :

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan, wawasan serta edukasi yang baru . penelitian ini juga diharapkan agar dapat berguna sebagai referensi mengenai kepuasan pelanggan , kualitas pelayanan , kualitas makanan dan juga lingkungan di restoran.

2. Dalam bidang praktis :

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi saran dan masukan untuk pengusaha yang bergerak pada bidang industri restoran khususnya untuk perhotelan, untuk dapat mengembangkan hubungan dengan konsumen, agar konsumen bisa re-visitation ke restoran tersebut.

1.6 Sistematika Penelitian

Penelitian ini terdiri dari 5 bab, bab tersebut dapat dijabarkan seperti ini

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis akan memberikan penjelasan tentang latar belakang , rumusan masalah , tujuan penelitian , manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini membicarakan tentang penjelasan dari kualitas pelayanan, Physical environment dan kualitas makanan dengan menjelaskan hubungan antar variabel dengan variabel , model penelitian serta hipotesis

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan metode yang akan digunakan untuk menguji dan mengukur hubungan antar variabel , desain penelitian dan metode pengumpulan data dalam pendekatan kuantitatif.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini merupakan hasil dari penelitian hubungan antar variabel, hasil dari pengujian berdasarkan data yang dikumpulkan dan hasil dari pembahasan penelitian yang akan menjawab pertanyaan penelitian sehingga menjadi sebuah kesimpulan

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan menyampaikan kesimpulan dengan implikasi yang teoritis. Dan juga akan memaparkan batasan penelitian yang menjadi halangan dan juga saran yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya