

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Saat memasuki pertengahan tahun 2020 di seluruh negara di dunia termasuk di Indonesia mengalami resesi ekonomi, atau biasa yang kita sebut dengan penurunan ekonomi, (<https://money.kompas.com> diunduh pada tanggal 3 maret 2021), faktor yang sangat berpengaruh dengan resesi ekonomi yang terjadi saat ini adalah pandemi covid-19, pandemi covid-19 menjadi faktor yang paling utama mempengaruhi penurunan ekonomi di seluruh negara yang ada di dunia sehingga mengakibatkan banyak industri yang goncang, pada Gambar 1.1 merupakan grafik ekonomi dari *Badan Pusat Statistik* pada tahun 2020 yang menyatakan bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia pada kuartal II-2020 mencapai -5,32%, dan ini merupakan pertumbuhan ekonomi yang paling buruk sejak 1999 (<https://economy.okezone.com> diunduh pada tanggal 23 februari 2021).

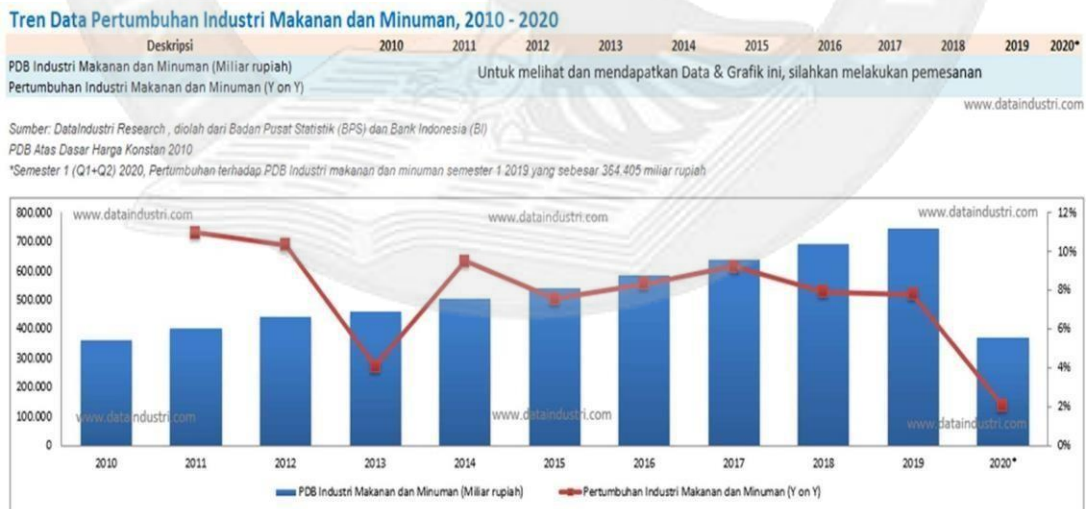


**Gambar 1. 1 Grafik Ekonomi**

Sumber : <https://economy.okezone.com> (diunduh pada tanggal 23 februari 2021)

Di Indonesia banyak industri yang goncang bahkan banyak yang tidak bisa bertahan, tetapi ada industri yang sampai saat ini masih bertahan walaupun industri ini banyak memangkas biaya, termasuk biaya produksi, dan gaji karyawan, salah satu industri yang bertahan di masa pandemic ini adalah Industri makanan dan minuman. Industri makanan dan minuman masih bisa tumbuh 0,66%. Sebelumnya, pada kuartal II pun industri makanan dan minuman masih tumbuh 0,22% di tengah kontraksi 5,32%. Begitu juga pada kuartal I 2020 industri makanan dan minuman masih tumbuh 3,9%, di atas pertumbuhan ekonomi nasional (<https://katadata.co.id> diunduh pada tanggal 23 Februari 2021).

Gambar 1.2 Menunjukkan Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman 2010-2020, di sepanjang tahun 2020, industri makanan dan minuman mengalami pertumbuhan yang positif sebesar 1,58%. Meskipun masih menunjukkan pertumbuhan yang bagus dan lebih baik dari beberapa sektor industri lain yang mengalami penurunan, namun pertumbuhan industri makanan dan minuman pada tahun 2020 di kategorikan lebih kecil dari pada tahun sebelumnya, (<https://www.dataindustri.com> diunduh pada tanggal 23 februari 2021)



Gambar 1. 2 Tren Data Pertumbuhan Makanan dan Minuman, 2010-2020

Sumber : <https://www.dataindustri.com> ( diunduh pada tanggal 23 Februari 2021)

Merupakan hal yang wajar ketika industri makanan dan minuman masih bertahan dimasa pandemic ini, karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok bagi kita manusia sehingga makanan dan minuman menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi kehidupan kita, dimasa pandemic ini masyarakat pasti mengkhawatirkan kondisi fisik dan kesehatan mereka, banyak masyarakat yang mengubah pola makan mereka, masyarakat cenderung berpikir kalau dimasa pandemic ini harus mengonsumsi makanan yang sehat dan bergizi untuk menjaga daya tahan tubuh agar tetap kuat. Berbicara mengenai industri makanan dan minuman yang bertahan dan dipastikan akan tetap bertumbuh setiap tahunnya, itu tidak lepas dari pertumbuhan dan perkembangan jaringan bisnis restoran yang ada di Indonesia.

Bisnis makanan di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar. Dengan nilai perkiraan mencapai Rp 844,35 triliun, semua pemain memiliki kesempatan yang sama. Bisnis Restoran di Indonesia terus bergerak dan bertumbuh, mulai dari franchise yang terus melebarkan jaringan bisnis mereka sampai pada UMKM(<https://marketeers.com> diunduh pada tanggal 23 februari 2021). Pertumbuhan restoran terjadi hampir di seluruh provinsi dan kota yang ada di Indonesia mulai dari kota kecil sampai pada kota-kota besar, termasuk kota Surabaya.

Pertumbuhan usaha restoran dan kafe di Jawa timur terutama Surabaya tercatat 20% pada kuartal I tahun 2019. Hal itu didorong dengan peningkatan jumlah anak muda yang bergelut di usaha kuliner itu, Dari jumlah yang baru itu, sekitar 40 persen adalah anak muda yang baru mulai usaha kuliner. Baik yang benar-benar dengan brandbaru maupun buka cabang dari yang sudah ada di Jakarta atau kota lainnya. Anak mudaini dengan rentang usia 20 - 30 tahun (<https://surabaya.tribunnews.com> diunduh pada tanggal 25 februari 2021). Di Surabaya terdapat bermacam-macam restoran, mulai dari kecil sampai restoran besar yang harganya bervariasi, dan di Surabaya ada restoran yang mempunyai ciri khas dan rasa dari negara tertentu salah satunya dari negara Jepang.

Ketua Apkrindo Jatim Tjahjono Haryono mengatakan secara umum pertumbuhan kafe dan restoran di Jatim tahun ini sekitar 20%. Terlebih Khusus restoran yang menghadirkan menu masakan Jepang masih sekitar 10% - 15%. Dalam 2 tahun terakhir ini banyak restoran Jepang yang masuk ke Surabaya, baik itu segmen menengah ke bawah maupun segmen atas. Ini terjadi memang karena perubahan gaya hidup masyarakat kota, yang dulunya pernah ke Jepang dan ingin mencari makanan yang ada di Jepang (<https://surabaya.bisnis.com> di unduh pada tanggal 25 februari 2021).



Gambar 1. 3 Logo Sushi Tei

Sumber : <https://twitter.com/sushiteibandung> ( Di unduh Pada tanggal 26 Februari 2021)

Gambar 1.3 menunjukkan salah satu restoran ternama di Surabaya yaitu SUSHI TEI, restoran ini mampu memikat para konsumen untuk mampir dan merasakan kenikmatan makanan khas Jepang, Sushi Tei merupakan salah satu restoran Jepang yang sudah ada sejak tahun 1994 yang berpusat di Singapura, dengan outlet pertama di Plaza Indonsia Jakarta pada tahun 2003 dan masih terlihat perkembangannya sampai sekarang ditengah maraknya restoran Jepang. PT. SUSHI TEI Indonesia sudah memiliki banyak outlet yang tersebar di Surabaya, salah satunya berada di Tunjungan Plaza Surabaya.

Restoran sushi tei merupakan restoran franchiser dari singapore, pemilik asli dari sushi tei adalah orang jepang yang di mana dia merupakan seorang nelayan jepang yang handal, dia pandai dalam memilih ikan yang segar untuk di jadikan sushi. Sebelum menjadi restoran yang besar dan terkenal, dulunya sushi tei hanya di jual di gerobak-gerobak dan di pinggiran jalan yang ada di singapore. Sushi Tei adalah restoran yang menawarkan cita rasa masakan khas jepang ini dipilih sebagai objek dari penelitian ini. Sushi Tei yang akan digunakan sebagai objek dari penelitian ini adalah Outlet Sushi Tei Tunjungan Plaza Surabaya.

**Table 1.1 Sebagian Restoran Surabaya**

No	Restoran Sushi di Surabaya	Jumlah Cabang Surabaya	Tahun Berdiri
1.	Sushi Tei	5 outlet	1994
2.	Peco-peco Sushi	14 outlet	2009
3.	Genki Sushi	3 outlet	1968
4.	Hachi Hachi Bistro	7 outlet	2002

Sumber : Data di olah

Tabel 1.1 menunjukkan ada sebagian pesaing sejenis Sushi Tei Tunjungan Plaza yang ada di Surabaya yang menawarkan menu khas jepang lainnya. Diantaranya adalah Peco-Peco Sushi yang dimana Peco-peco sushi ini memiliki 14 outlet yang tersebar di Surabaya dan Peco-peco sushi ini berdiri pada tahun 2009 (<https://www.uc.ac.id> diunduh pada tanggal 3 maret 2021), selanjutnya ada Genki sushi, ini adalah restoran yang merupakan saingan dari Sushi Tei, awal masuknya Genki sushi ke kota Surabaya itu banyak dinantikan tetapi lama kelamaan mulai sepi, walaupun begitu Genki sushi memiliki 3 outlet yang ada di Surabaya dan restoran ini berdiri pada Tahun 1968 (<https://travel.kompas.com> diunduh pada tanggal 3 maret 2021), dan ada Hachi-hachi bistro, restoran ini terkenal di Surabaya karena outlet yang ada di Surabaya berjumlah 7 outlet dan tahun berdirinya restoran ini pada tahun 2002, restoran ini menggunakan konsep internasional Jepang (<https://www.malangculinary.com> diunduh pada tanggal 3 maret 2021). ada beberapa faktor yang harus diperhatikan oleh Sushi Tei yang mempengaruhi *Customer Loyalty* pada pelanggan. Yang pertama adalah Service



Quality Menurut Kotler (2008) pelayanan atau service adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Sedangkan Service Quality menurut Farida dan Mardikawati (2013) menyatakan, ukuran seberapa baik suatu layanan menemui kecocokan dengan harapan pelanggan. Penyelenggaraan kualitas layanan berarti melakukan kompromi dengan harapan pelanggan dengan tata cara yang konsisten. Pada gambar 1.4, terlihat bahwa cara pelayanan dari pelayan Sushi Tei Surabaya melayani konsumen dengan baik, ramah dengan memegang daftar pesanan yang di pesan oleh konsumen.



**Gambar 1. 4** Kualitas Pelayanan Sushi Tei

Sumber : [www.google.com](http://www.google.com) (di unduh pada tanggal 3 Maret 2021)

Faktor yang berpengaruh berikutnya adalah *Social Enjoyment*. Social enjoyment secara singkat mempunyai arti sebagai manfaat yang dirasakan pengguna ketika mereka terhubung dengan orang lain dengan menggunakan produk tersebut (Deng et al.2010). Sedangkan menurut Oxford Dictionaries, *Social Enjoyment* diartikan sebagai bentuk dari ungkapan ekspresi menyenangkan seseorang sebagai makhluk sosial.



Gambar 1. 5 Social Enjoyment

Sumber : [www.instagram.com](http://www.instagram.com) (di olah sendiri pada tanggal 10 mei 2021)

Gambar 1.5 di atas kita bisa melihat bahwa konsumen menjadikan restoran ini sebagai tempat untuk berkumpul, bergurau, berfoto, dan melakukan aktivitas yang membuat mereka merasa senang dilihat dari ekspresi gambar 1.5 mengenai Social Enjoyment.

Faktor yang berpengaruh berikutnya adalah *Cleaness*. Menurut Aritonang (2005) kebersihan dalam restoran merupakan faktor yang berpengaruh sangat besar terhadap kepuasan pelanggan. Dimanapun juga apa yang dimakan, apa yang dimasak, apa yang disajikan dapat menghasilkan efek yang positif bagi tubuh. Sedangkan menurut Retno (2002) faktor kebersihan merupakan upaya pencegahan penyakit dan menjaga kesehatan lingkungan hidup.



**Gambar 1. 6 Kebersihan Restoran**

Sumber Gambar 1.6: <https://www.tripadvisor.co.id> (di unduh pada tanggal 3 maret 2021)

Gambar 1.6 kita dapat melihat bahwa kebersihan di restoran Sushi Tei merupakan hal yang penting karena menyangkut kenyamanan konsumen yang akan datang maupun yang sudah ada di dalam restoran tersebut, lantai tempat duduk, meja, maupun piring itu semuanya dalam keadaan yang bersih serta makanan yang ada di dalam piringpun di tutup menggunakan penutup bening agar supaya kualitas dan rasanya tetap terjaga.

Faktor yang berpengaruh berikutnya adalah *Aesthetic*. Menurut Levi dan Weitz (2001) dalam menciptakan suatu lingkungan yang kondusif dipengaruhi oleh faktor internal yang meliputi penataan ruangan, pencahayaan, fasilitas, suara, dan bau. Dan



faktor eksternal yang meliputi tata letak papan nama, lokasi, material bangunan, dan desain eksterior bangunan.



Gambar 1. 7 Keindahan Restoran Sushi Tei Mall Tunjungan Plaza Surabaya

Sumber : [www.pergikuliner.com](http://www.pergikuliner.com) & [www.instagram.com](http://www.instagram.com) (di olah sendiri pada tanggal 10 mei 2021)

Gambar 1.7 menunjukkan keindahan restoran Sushi Tei yang ada di Mall Tunjungan Plaza Surabaya yang bernuansa jepang, melihat review dari customer mengenai restoran Sushi Tei Mall Tunjungan Plaza Surabaya, customer juga mengatakan suasana tempatnya sangat bagus sehingga customer tersebut ingin untuk berkunjung lagi ke restoran Sushi Tei Mall Tunjungan Plaza Surabaya. Serta data yang diambil dari review [www.pergikuliner.com](http://www.pergikuliner.com) menunjukkan bahwa suasana di restoran Sushi Tei Mall Tunjungan Plaza Surabaya memiliki rating 4.1 sehingga bisa dikatakan tinggi atau bagus.

Faktor yang berpengaruh berikutnya adalah *Cost*. Menurut Lupiyoadi (2013) Harga adalah sejumlah pengorbanan untuk memperoleh suatu barang atau jasa. Harga

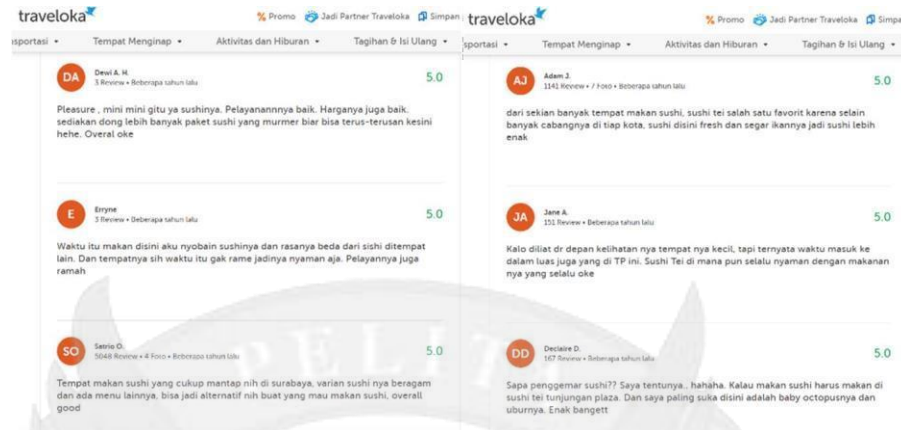
merupakan suatu nilai produk, karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Menurut Kotler dan Armstrong (2013:151), Sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat - manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.



Gambar 1. 8 Menu dan Harga

Sumber : [www.pergikuliner.com](http://www.pergikuliner.com) ( di unduh pada tanggal 3 maret 2021)

Pada gambar 1.8 adalah harga yang ada di restoran Sushi Tei Mall Tunjungan Plaza Surabaya, makanan yang di jual di restoran ini kita dapat katakan harganya sesuai dengan kualitas, baik itu kualitas makanan, kualitas pelayanan, kualitas tempat, harganya bersahabat dengan kita, apalagi di restoran ini ketika ada yang berulang tahun dan makan di restoran tersebut maka di restoran tersebut kita bisa mendapat makanan Sushi dengan tidak membayar makanan itu, karena itu merupakan bentuk dari ucapan selamat ulang tahun kepada pelanggan yang merayakan ulang tahun.



Gambar 1. 9 Review Customer Sushi Tei

Sumber : [www.traveloka.com](http://www.traveloka.com) (di olah sendiri pada tanggal 10 mei 2021)

Gambar 1.9 adalah review mengenai makanan dari restoran Sushi Tei Mall Tunjungan Plaza Surabaya, yang di mana dalam review tersebut terlihat bahwa customer yang datang dan makan di Sushi Tei Mall Tunjungan Plaza Surabaya merasa sangat puas mulai dari harga, pelayanan, serta varian menu yang disajikan restoran Sushi Tei Mall Tunjungan Plaza Surabaya.

Faktor yang akan mempengaruhi berikutnya adalah *Customer Satisfaction*. *Customer Satisfaction* atau kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan antara hasil kinerja dari produk dengan harapan dari pelanggan. Menurut Kottler (2002) kepuasan adalah tingkat keadaan yang dialami dan dirasakan seseorang yang menjadi hasil dari perbandingan produk yang dirasakan dengan harapan yang ada pada pelanggan.

*Customer Loyalty* atau Loyalitas pelanggan atau kesetiaan pelanggan merupakan perilaku pembelian ulang semata mata menyangkut pembelian merek tertentu yang sama secara berulang kali (Tjiptono, 2011). *Customer Loyalty* Sushi Tei Mall Tunjungan Plaza Surabaya timbul karena adanya *Service Quality*, *Sosial Enjoyment*, *Cleanness*, *Aesthetics*, dan *Cost* melalui *Customer Satisfaction* yang diberikan Sushi Tei Surabaya kepada pelanggan.

Langkah yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan *survey* terkait dengan penilaian konsumen untuk melakukan pengukuran terhadap tingkat kepuasan (*satisfaction*) apakah cenderung tidak puas atau sebaliknya sangat puas. Kemudian mengukur seberapa besar pengaruh aspek-aspek tersebut terhadap *Customer Loyalty* dari pelanggan Sushi Tei Mall Tunjungan Plaza Surabaya.

Berdasarkan uraian di atas tersebut, yang telah menarik minat penulis untuk melakukan penelitian mengenai “**Analisis Faktor *Service Quality, Social Enjoyment, Cleanness, Aesthetic, Dan Cost Terhadap Loyalty Melalui Satisfaction Pada Pelanggan Restoran Sushi Tei Tunjungan Plaza Surabaya***”. Hasil penelitian ini pada akhirnya diharapkan dapat mampu menunjukkan bagaimanakah pengaruh *satisfaction* terhadap *Loyalty* dalam konteks bisnis *Fast Food and Beverage* yaitu *Restaurant*, khususnya terkait dengan Pelanggan Sushi Tei Mall Tunjungan Plaza Surabaya yang menjadi objek dalam penelitian ini.

## **1.2 Batasan Masalah**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *service quality, social enjoyment, cleanness, aesthetics, dan cost* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada restoran Sushi Tei Mall Tunjungan Plaza Surabaya. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dan informasi terbatas pada konsumen pria dan wanita yang berdomisili di Surabaya, berusia 18-60 tahun, dimana usia tersebut merupakan masa dewasa dini (Kotler dan Armstrong, 2010) yang pernah makan di restoran Sushi Tei Mall Tunjungan Plaza Surabaya minimal tiga kali dalam 2 tahun terakhir.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian ini, maka penulis menggunakan rumusan masalah sebagai berikut :

- 1) Apakah *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Sushi Tei Mall Tunjungan Plaza Surabaya?
- 2) Apakah *social enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Sushi Tei Mall Tunjungan Plaza Surabaya?
- 3) Apakah *cleanness* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Sushi Tei Mall Tunjungan Plaza Surabaya?
- 4) Apakah *aesthetics* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Sushi Tei Mall Tunjungan Plaza Surabaya?
- 5) Apakah *cost* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Sushi Tei Mall Tunjungan Plaza Surabaya?
- 6) Apakah *customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Sushi Tei Mall Tunjungan Plaza Surabaya?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk meneliti *customer satisfaction dan customer loyalty* Sushi Tei Mall Tunjungan Plaza Surabaya. Tujuan Spesifik dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk Meneliti dan menganalisa *Service Quality* berpengaruh secara signifikan terhadap *customer satisfaction* pelanggan Sushi Tei Mall Tunjungan Plaza Surabaya.
- 2) Untuk Meneliti dan menganalisa *Social Enjoyment* berpengaruh secara signifikan terhadap *customer satisfaction* pelanggan Sushi Tei Mall Tunjungan Plaza Surabaya
- 3) Untuk Meneliti dan menganalisa *Cleanness* berpengaruh secara signifikan terhadap *customer satisfaction* pelanggan Sushi Tei Mall Tunjungan Plaza Surabaya Untuk Meneliti dan menganalisa *Aesthetic* berpengaruh secara



signifikan terhadap *customer satisfaction* pelanggan Sushi Tei Mall Tunjungan Plaza Surabaya.

- 4) Untuk Meneliti dan menganalisa *Cost* berpengaruh secara signifikan terhadap *customer satisfaction* pelanggan Sushi Tei Mall Tunjungan Plaza Surabaya.
- 5) Untuk Meneliti dan menganalisa *Customer Satisfaction* berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Loyalty* pelanggan Sushi Tei Mall Tunjungan Plaza Surabaya.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis yang dapat diambil dalam penelitian ini antara lain :

- 1) Manfaat Bagi Akademik  
Sebagai bahan referensi di Perpustakaan Universitas Pelita Harapan Surabaya yang nantinya dapat berguna bagi penulis selanjutnya.
- 2) Manfaat Bagi Penulis
  - a. Agar dapat menunjang bahan kajian dengan membandingkan teori dengan kejadian yang ada di lapangan.
  - b. Sebagai syarat kelulusan Sarjana Satu (S1) di Universitas Pelita Harapan Surabaya.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Memberikan sumbangan berupa masukan dari hasil penelitian ini kepada pihak manajemen perusahaan agar dapat menjaga kepuasan (*satisfaction*) dan hal lainnya yang bisa dikembangkan untuk meningkatkan *Loyalty* restoran pelanggan Sushi Tei Mall Tunjungan Plaza Surabaya.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Penulisan laporan ini dibagi ke dalam beberapa bab dengan sistematika sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini disajikan latar belakang, tujuan penelitian, ruang lingkup dan batasan penelitian dan sistematika yang digunakan pada penulisan laporan.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi landasan teori yang memaparkan teori-teori yang berkaitan dan berguna dengan permasalahan yang diteliti.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini menyajikan langkah-langkah yang dilakukan selama penelitian dan metode yang digunakan baik dalam pengumpulan data, pengolahan data dan analisa data.

### **BAB IV : PENGOLAHAN DAN ANALISA DATA**

Bab ini berisikan langkah-langkah dan hasil pengolahan data yang telah diperoleh, beserta analisa dari data yang telah yang diolah.

### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dari seluruh hasil penelitian dan saran yang berguna untuk penelitian ini dan penelitian selanjutnya.