

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kasus pertama Covid-19 di Indonesia ditemukan pada bulan februari tahun 2020 di Jakarta. Berawal dari seorang perempuan yang mengikuti acara multinasional dihadiri oleh masyarakat Jepang dan singkat cerita perempuan tersebut terkena covid-19 setelah adanya kasus pertama tersebut kemudian muncul kasus-kasus baru lainnya. pemerintah yang mengetahui hal itu langsung melakukan pemantauan dan juga isolasi ke setiap rumah yang terkena dampak covid-19. Presiden Jokowi mengatakan bahwa pemerintah telah melakukan persiapan awal dan kelengkapan tenaga kerja medis untuk menangani kasus virus tersebut. Pemerintah telah menyiapkan lebih dari 100 rumah sakit yang dilengkapi dengan ruang isolasi untuk menangani pasien covid-19 dan juga peralatan medis yang telah sesuai dengan standar internasional (<https://www.halodoc.com/>, Diunduh pada 8 Februari 2022).

Kasus covid-19 semakin hari semakin bertambah maka dari itu pemerintah menerapkan psbb atau pembatasan sosial berskala besar yang diawali di Jakarta pada bulan April 2020 dan dilanjutkan dengan kota-kota besar. Adanya psbb ini bertujuan untuk mengurangi angka penyebaran kasus covid-19 di Indonesia. Psbb dilakukan selama 14 hari dan dapat diperpanjang jika ditemukan kasus baru tiap harinya. Penetapan psbb

berdasarkan pada permohonan gubernur atau bupati atau walikota (<https://indonesiabaik.id/>, Diunduh pada 8 Februari 2022).

Setelah penerapan psbb di beberapa kota pada tahun 2020 memberikan efek yang lumayan baik bagi masyarakat, namun tidak bisa pungkiri bahwa adanya varian baru pada tahun 2021 yang menyebabkan tingginya kasus covid-19. Hal ini dikatakan *second wave* atau gelombang kedua yang mengakibatkan pemerintah melakukan ppkm atau yang biasa disebut pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat, kegiatan ini diterapkan pertama kali pada tanggal 20 Juli 2021 dan berlangsung sangat lama hingga bulan oktober (<https://megapolitan.kompas.com/>, <https://www.ekon.go.id/>, Diunduh pada 8 Februari 2022).

Pada akhir tahun 2021 muncul varian baru covid-19 yang bernama omicron dan menyebabkan angka kasus menjadi tinggi, penambahan kasus baru positif covid-19 di Indonesia bertambah 27.197 kasus pada bulan februari 2022 dengan total jumlah kasus covid-19 sebanyak 4.414.438. Daerah ibukota Jakarta menjadi yang paling banyak kasus, peringkat kedua yaitu daerah jawa barat, dan peringkat ketiga adalah banten. Oleh karena itu pemerintah menerapkan ppkm level tiga untuk Jabodetabek dan Bali (<https://www.tribunnews.com/>, <https://news.detik.com/> , Diunduh pada tanggal 8 Februari 2022).

Adanya pandemi covid-19 memberikan dampak yang cukup besar terhadap ekonomi dan juga industri yang ada di Indonesia, salah satunya industri makanan dan minuman. Pada awal tahun 2020 industri makanan

sangat terhambat dan pendapatan pada tahun itu menurun sekitar 19% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Menurut direktur PT. GarudaFood Putra Putri Jaya Tbk, Paulus Tedjosutikno mengatakan bahwa prospek bisnis pada tahun 2020 masih terkena dampak pandemi covid-19 dan belum dapat dikatakan pulih. Adanya bantuan dari pemerintah yang berupa bansos dan gaji kepada pegawai negeri sipil berharap dapat meningkatkan daya beli masyarakat terhadap pola konsumsi sehingga perlahan ekonomi di Indonesia dapat bergerak naik.

Sementara itu Agustus Sani Nugroho, direktur utama PT. Sentra Food Indonesia Tbk juga berusaha untuk tetap memberikan produk yang sesuai seperti kondisi sekarang ini yaitu makanan cepat saji dalam kemasan yang tetap memiliki nilai gizi tinggi. Pada saat diterapkan psbb ditahun pertama pandemi banyak perusahaan makanan susah karena turunnya profit yang begitu besar, Adhi Lukman ketua Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia berharap bahwa pssb tidak akan diperpanjang lagi agar jumlah konsumsi menjadi stabil (<https://industri.kontan.co.id/>, Diunduh pada tanggal 8 Februari 2022).

Ketika angka kasus covid-19 stabil pemerintah segera melakukan program vaksin agar daya tahan tubuh masyarakat kuat. Vaksin pertama dilakukan pada tanggal 13 Januari 2021 yang diberikan kepada presiden bapak Jokowi dan dilanjutkan dengan para pejabat, tokoh agama, organisasi juga perwakilan masyarakat di Indonesia. Dengan adanya program vaksin, pemertintah berharap agar ekonomi dan kesehatan masyarakat di Indonesia

dapat segera pulih dan mengembalikan keadaan. Setelah adanya vaksin sektor industri makanan dan minuman juga perlahan naik maka dari itu perlu untuk menyiapkan diri untuk menyambut kebutuhan pangan masyarakat. Pemerintah telah menyarai akan perubahan yang dialami oleh masyarakat yaitu jika dahulu masyarakat pergi untuk berbelanja ke pasar atau supermarket sekarang masyarakat lebih memilih untuk memesan secara online, jika dulunya masyarakat memilih untuk pergi makan di tempat makan sekarang lebih memilih untuk memesan secara online atau membungkus makanannya.

Adanya perubahan pola konsumsi menuntut pemerintah untuk menyesuaikan dengan keadaan sekitar dengan cara berinovasi secara terus menerus agar tidak tertinggal jauh dengan sektor industri lainnya. Perusahaan juga harus terus berinovasi dari setiap divisi yang ada seperti sistem pemasaran, logistik, dan produksi. Contohnya sistem pemasaran menggunakan proses pengembangan teknologi digital kepada konsumen melalui media sosial. Pada bidang logistik juga menerapkan *contactless* atau sistem yang mengurangi interaksi antara sesama manusia agar konsumen tetap merasa aman. Pada bidang produksi berinovasi dengan menyediakan produk *frozen food* yang menggunakan teknologi pengemasan lainnya agar produk makanan tetap awet (<https://kemenperin.go.id/>, <http://p2p.kemkes.go.id/>, Diunduh pada tanggal 8 Februari 2022).

Memasuki tahun 2021 pertengahan pertumbuhan industri makanan

dan minuman mulai naik kembali. Menurut ketua umum Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia, Adhi S Lukman industri makanan akan semakin naik di tiap tahunnya terbukti dengan kinerja perusahaan tumbuh dari 5% hingga 7% di sepanjang tahun. Hal ini disebabkan oleh kondisi konsumsi masyarakat yang semakin pulih dan masyarakat telah beradaptasi dengan lingkungan pada saat pandemi (<https://katadata.co.id/>, Diunduh pada tanggal 8 Februari 2022).

Ketika pola konsumsi makanan dan minuman masyarakat Indonesia telah kembali pulih, ada banyak budaya asing masuk dan menjadi *trend*. Salah satu budaya asing yang sedang menjadi *trend* di Indonesia adalah budaya korea, mulai dari gaya hidup hingga kebutuhan pangan. *Korean wave* atau *Hallyu* adalah budaya Korea Selatan yang menjadi bagian dari gaya hidup dunia. Ada beberapa hal yang paling digemari selain *k-pop* dan *k-drama* yaitu kecantikan, bahasa dan juga fashion. Namun trend yang sedang naik tinggi adalah trend makanan korea seperti *korean street food* (<https://www.jawapos.com/>, Diunduh pada tanggal 9 Februari 2022).

Makanan khas Korea Selatan banyak digemari oleh kebanyakan orang karena rasa yang dapat diterima oleh masyarakat Indonesia. Hal ini terbukti dengan adanya banyak restoran dan kedai yang menyediakan makanan autentik dari Korea Selatan. Ada banyak makanan korea yang trend di Indonesia yaitu *kimchi* yang merupakan makanan tradisional dari olahan fermentasi sawi yang di makan sebagai pelengkap bersama dengan hidangan utama, banyak orang Indonesia mengatakan bahwa kimchi mirip

dengan acar. Makanan kedua adalah *tteokbokki* yang merupakan makanan dari tepung beras dan disajikan bersama dengan saus pedas korea. Makanan ketiga adalah *kimbap* yang merupakan perpaduan antara nasi dan sayuran yang digulung bersama di dalam rumput laut kering. Makanan keempat adalah *hottang* atau *hotdog* yang merupakan jajanan korea berisi sosis, keju mozzarella dan kentang goreng. Makanan kelima adalah ayam pedas korea, tidak lain dan tidak bukan masyarakat Korea sangat gemar memakan ayam goreng. Makanan terakhir yang menjadi hal wajib bagi orang Korea adalah *ramyeon* atau mie rebus pedas (<https://www.kompas.com/>, Diunduh pada tanggal 9 Februari 2022).



**Gambar 1. 1 Gildak Tunjungan Surabaya**

Sumber: <https://www.top-rated>, Diunduh pada tanggal 27 Maret 2022)

Dalam penelitian ini objek yang akan dipakai adalah Gildak. Gildak adalah usaha makanan ringan yang bertemakan snack ala Korea milik selebgram Jovi Adhiguna. Gildak berdiri pada 11 September 2020 pada masa pandemi yang berada di Kawasan Kerkot, Jakarta Pusat dan membuka outlet lainnya di Kawasan

bandung yang berlokasi di jalan H. Ibrahim Adjie no. 418 Kiaracondong. Gildak memiliki keunikan dengan menggunakan konsep dan dekorasi yang khas yaitu adanya pernak-pernik korea. Jovi mengatakan bahwa akan ada beberapa outlet yang akan buka di seluruh Indonesia. Objek penelitian yang dipilih bertempat di Jalan. Tunjungan No.82 B, Genteng, Kec. Genteng, Kota SBY, Jawa Timur 60275 (<https://www.ayobandung.com/>, Diunduh pada tanggal 13 Februari 2022).



**Gambar 1. 2 Logo Gildak**

Sumber: <https://www.jakartakerja.com/>, Diunduh pada tanggal 13 Februari 2022)

Gildak memberikan banyak menu yang dapat di nikmati oleh konsumen diantaranya Itaewon Mozzy Chicken yang merupakan menu utama yang disajikan, Hongdae Crispy Dory, Daegu Ramyeon, Busan O-Bokki, Seoul Chicken Skin, Gangnam Cheese Ball, Incheon Chicken Wings, Busan Odeng, Namsan Gonggi Bab, Jeju Squid Peanut Sauce, dan Jeju Squid Nugget (<https://kulinear.hops.id/>, <https://pergikuliner.com/>, Diunduh pada tanggal 13 Februari 2022).

Berdirinya gildak pertama kali di Jakarta Pusat membawa dampak yang baik bagi konsumen khususnya anak milenial. Walaupun awal berdiri ditengah- tengah pandemi, gildak dapat dikatakan sukses karena tidak ada pesaing yang cukup kuat. Suksesnya pembukaan outlet pertama Jovi mengatakan akan membuka outlet di beberapa kota besar seperti Surabaya, Bekasi, dan Bali. Jovi juga mengungkapkan bahwa akan ada 45 outlet yang akan di resmikan pada dua bulan setelah itu. Jovi tidak sendiri dalam mendirikan gildak restoran ini, beliau menggandeng sang adik yang juga influencer Sarah Ayu untuk bekerja sama agar gildak dapat dinikmati oleh semua orang di kota masing-masing. *Revisit Intention* adalah keinginan untuk datang ke tempat yang sama untuk kedua kalinya dalam waktu dekat, menurut Stylos et al (2016). Hal ini dapat dibuktikan pada Gildak yang telah memiliki banyak cabang di kota-kota besar (<https://infobrand.id/>, Diunduh pada tanggal 14 Februari 2022).

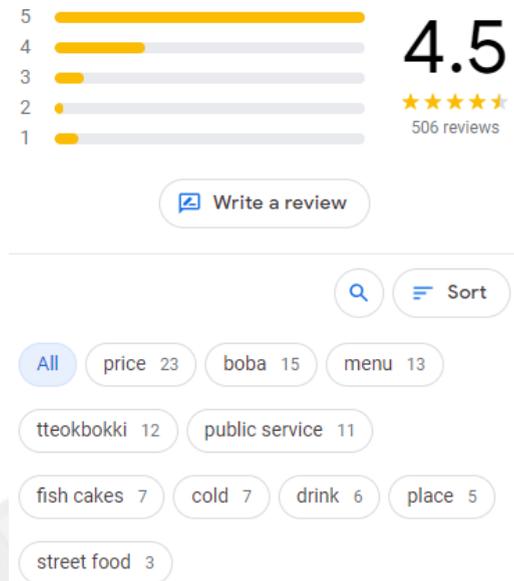
Pesaing yang muncul beberapa bulan ini adalah Momopokki. Momopokki merupakan usaha yang di didirikan oleh beauty influencer Michelle Hendra. Momopokki berdiri pada 1 September 2021 yang bertempat di Bandung, usaha ini bertemakan snack ala Korea. Momopokki memiliki beberapa menu diantaranya momopokki, aneka gorengan, geranchim atau telur rebus, ramyun, odeng, dan keju mozzarella. Menu yang ada dimulai dari harga Rp. 10.000 hingga Rp. 55.000. Momopokki belum membuka outlet baru berbeda halnya dengan gildak (<https://www.instagram.com/momopokki.id/?hl=en>, Diunduh pada tanggal 14 Februari 2022).

Pesaing lain yang muncul adalah Kkuldak. Kkuldak merupakan usaha makanan ringan khas Korea Selatan milik PT. Hanabel Indomarga yang berdiri sejak desember 2013. Restoran ini fokus menjual makanan olahan dari ayam yang dijual seperti kudapan di dalam gelas kertas yang praktis dan dapat dibawa kemana saja. Terdapat tiga outlet milik pusat perusahaan yang beroperasi di Jakarta dan ada beberapa outlet yang tersebar di seluruh Indonesia. Konsep restoran Kkuldak adalah mini resto yang menyajikan jajanan pinggir jalan yang dikemas secara modern. Menu yang diberikan *honey chicken, sweet and sour chicken, spicy honey chicken, dan peanut karage honey chicken*. Harga dari Kkuldak sekitar Rp. 28.000 sampai Rp. 55.000. Ada jenis makanan ringan lain yang ditawarkan seperti *tteokbokki, fried chicken ball, bento set* dan lain-lain (<https://amp.kontan.co.id/news/mengecap-nikmat-laba-resto-ala-korea>, Diunduh pada tanggal 3 November 2022).

Berdasarkan review dari anak kuliner mengatakan bahwa keseluruhan produk dari gildak cocok dikonsumsi untuk semua orang, rasa yang diberikan memang tidak persis sama seperti rasa korea asli. Namun tidak mengecewakan dengan harga yang terjangkau di dibandingkan dengan competitor lain. Poin yang paling penting yang harus dimiliki oleh Jovi Adhiguna adalah harus dapat mempertahankan kualitas makanan yang diberikan. Dengan mempertahankan kualitas makanan maka gildak akan mendapat banyak pelanggan yang setia atau *customer satisfaction*, karena kualitas layanan akan menjadi hal penentu utama dalam persaingan menurut *Moreo et al (2019)* (<https://sweetrip.id/>, Diunduh pada tanggal 14 Februari 2022).

Menurut *Martinaityte et al* (2019), *Customer satisfaction* dapat diidentifikasi sebagai kunci pembeda utama dan diferensiasi yang mengacu pada keuntungan dalam bersaing. Hal ini telah diterapkan oleh Gildak dengan menawarkan produk makanan dengan harga yang terjangkau dengan konsep ala Korea. Adanya snack Korea di Gildak memberikan *brand experience* yang baru bagi konsumen. Oleh karena itu tingkat kepuasan pelanggan dapat digunakan untuk mengukur kualitas yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Gildak sendiri berada di bawah naungan perusahaan Nikmat Group yang merupakan perusahaan lokal khusus makanan dan minuman berkualitas yang terjangkau, nikmat dan digemari oleh semua orang. Beberapa brand yang berada di bawah naungan Nikmat Group yaitu King Mango Tea, Kopi Lain Hati, Street Boba, Traffic Bun, dan Yuba tea (<https://nikmatgroup.com/about/>, Diunduh pada tanggal 14 Februari 2022).

Variabel yang mempengaruhi *Customer Satisfaction* adalah *Service Quality*. Menurut Chow et al (2007) Namkung dan Jang (2008) Ryu dan Han (2010), pada industri restoran pelanggan menggunakan makanan, lingkungan, dan juga layanan karyawan sebagai komponen utama dalam mengevaluasi *service quality*. Adapun bukti ulasan mengenai Gildak di Tunjungan Surabaya pada gambar 1.2, yaitu dari hasil review 4.5 dari 5 untuk keseluruhan layanan yang diberikan Gildak Tunjungan.



**Gambar 1. 3 Review Pelayanan Gildak Tunjungan Surabaya**

Sumber: <https://www.google.com/maps/place/Gildak+Tunjungan>, pada tanggal 27 Maret 2022)

Variabel selanjutnya yang mempengaruhi *Customer Satisfaction* adalah *Food Quality*. Menurut *Ha and Jang* (2010), *food quality* di sebuah restoran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Customer Satisfaction*. Cita rasa dari makanan yang dimiliki oleh gildak sekelas dengan restoran, kebersihan jugadiperhatikan lebih karena staff gildak sama seperti dengan staff yang berada di restoran bintang lima. Chef yang diberikan juga telah melakukan training sama seperti chef restoran. Oleh karena itu kualitas makanan gildak sangat amat dijaga dari proses bahan mentah, memasak hingga ke tangan konsumen. Kemenarikan visual dari presentasi makanan yang diberikan Gildak kepada konsumen terlihat nikmat, seperti gambar 1.3. pada gambar 1.3dapat dilihat bahwa presentasi makananyang diberikan menarik dan disajikan dengan packaging yang aman untuk makanan. (<https://metrotimes.news/>, Diunduh pada tanggal 14 Februari 2022)



Gambar 1. 4 Produk Gildak

Sumber: <https://jakartakita.com/>, Diunduh pada tanggal 14 Februari 2022)

Variabel selanjutnya yang mempengaruhi *Customer Satisfaction* adalah *Perceived value* atau *Price*. Menurut *Han and Ryu* (2009), studi yang didasarkan pada industri restoran di Amerika Serikat mengungkapkan bahwa harga sangat mempengaruhi *Customer Satisfaction*. Harga yang terdapat pada menu gildak masih terjangkau untuk masyarakat Indonesia, dengan harga tergolong murah masyarakat dapat merasakan snack ala Korea yang sesuai dengan lidah konsumen.



Gambar 1. 5 Menu Gildak

Sumber: <https://www.foodierate.com/>, Diunduh pada tanggal 14 Februari 2022)

Pada gambar 1.5 terdapat menu yang ada pada Gildak dari makanan hinggaminuman. Fokus utama dari menu diatas adalah makanan yang dimulai dari harga Rp. 9.000 hingga Rp. 30.000. Ukuran kemasan yang diberikan juga terjangkau danpraktis untuk di bawa.

Variabel selanjutnya yang mempengaruhi *Customer Satisfaction* adalah *Atmospherics*. Menurut Kotler dan Keller (2009) *atmospherics* adalah rancangan suasana yang telah direncanakan dalam menarik pelanggan untuk melakukan. Pembelian yang sesuai dengan target pasar yang dituju. Atmosfer yang dimiliki oleh Gildak sangat istimewa karena berbeda dari pada restoran atau street food lainnya. Gildak memiliki interior desain dengan dekorasi berkonsep Korea Selatan. Dapat dilihat pada gambar 1.6, suasana ruangan terlihat bersih dan sangat nyaman. Kapasitas ruangan juga cukup besar untuk ukuran street food.



**Gambar 1. 6 Atmosfer Tunjungan Surabaya**

Sumber: <https://www.diarysivika.com/2020/11/gildak-surabaya>, Diunduh pada tanggal 27 Maret 2022)

Variabel selanjutnya yang mempengaruhi *Customer Satisfaction* adalah

*Other Customers.* *Other customers* adalah pelanggan lain di sebuah restoran yang memiliki tujuan untuk berinteraksi dengan pelanggan lain yang bersama berbagi lingkungan layanan, menurut Miao et al (2011). Pelanggan yang berkunjung pada Gildak di Surabaya merupakan pelanggan yang memiliki etika baik juga berpakaian dengan baik dan rapi. Pada gambar 1.6, terlihat beberapa konsumen Gildak di Tunjungan Surabaya datang dengan terlihat elegan, sehingga tidak mengganggu pelanggan lainnya.



**Gambar 1. 7 Pelanggan Tunjungan Surabaya**

Sumber: <https://metrotimes.news>, Diunduh pada tanggal 27 Maret 2022)

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penelitian ini akan membahas faktor yang mempengaruhi Revisit Intention terhadap Gildak Korean Street Food. untuk melihat faktor yang berpengaruh terhadap *Revisit Intention* akan digunakan variabel *Customer Satisfaction*, *Restaurant Reputation*, dan *Trust* sedangkan *Variety Seeking Tendency* berpengaruh negative terhadap *Revisit*

*Intention*. Berikutnya yang mempengaruhi *Customer Satisfaction* adalah *Service Quality, Food Quality, Atmospherics, Other Customers* dan *Perceived Value* atau *Price*. Variabel tersebut akan diteliti dalam penelitian ini.

## **1.2 Batasan Masalah**

Pada setiap penelitian harus ada batasan yang jelas terhadap masalah yang akan dibahas agar pembahasan tidak terlalu luas. Oleh karena itu penelitian ini dibatasi pada beberapa hal

1. Variabel yang akan digunakan dan dibahas dalam penelitian ini adalah *Customer Satisfaction, Service Quality, Food Quality, Atmospherics, Other Customers, Perceived value or Price, Revisit Intention, Restaurant Reputation, Variety Seeking Tendency, dan Trust*, karena variabel-variabel tersebut adalah variabel yang paling sesuai dengan objek penelitian.
2. Pengujian terhadap model penelitian akan menggunakan data yang didapatkan dari hasil pembagian kuesioner kepada objek yang diteliti.
3. Karakteristik responden dari penelitian ini adalah pria dan wanita, berdomisili di Surabaya dengan batasan umur 18-60 tahun yang minimal pernah mengunjungi Gildak Tunjungan Surabaya dalam kurun6 bulan terakhir.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan data dan fakta dalam latar belakang penelitian ini, dapat dibuat menjadi rumusan masalah secara spesifik. Rumusan masalah dalam

penelitian ini merupakan faktor-faktor apa saja yang memiliki pengaruh signifikan terhadap *Revisit Intention* melalui *Customer Satisfaction* pada konsumen Gildak di Surabaya.

1. Apakah *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada konsumen Gildak di Surabaya?
2. Apakah *food quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada konsumen Gildak di Surabaya?
3. Apakah *atmospherics* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada konsumen Gildak di Surabaya?
4. Apakah *other customers* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada konsumen Gildak di Surabaya?
5. Apakah *perceived value or price* berpengaruh signifikan terhadap *customersatisfaction* pada konsumen Gildak di Surabaya?
6. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* pada konsumen Gildak di Surabaya?
7. Apakah *restaurant reputation* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* pada konsumen Gildak di Surabaya?
8. Apakah *variety seeking tendency* berpengaruh signifikan terhadap *revisitintention* pada konsumen Gildak di Surabaya?
9. Apakah *trust* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* pada konsumen Gildak di Surabaya?
10. Apakah *customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *trust* pada konsumen Gildak di Surabaya?

11. Apakah *restaurant reputation* berpengaruh signifikan terhadap *trust* pada konsumen Gildak di Surabaya?

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah mengetahui faktor- faktor yang mempengaruhi Revisit Intention melalui Customer Satisfaction pada konsumen Gildak di Surabaya. Tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan *service quality* terhadap *customer satisfaction* pada konsumen Gildak di Surabaya.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan *food quality* terhadap *customer satisfaction* pada konsumen Gildak di Surabaya.
3. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan *atmospharics* terhadap *customer satisfaction* pada konsumen Gildak di Surabaya.
4. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan *other customer* terhadap *customer satisfaction* pada konsumen Gildak di Surabaya.
5. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan *perceived value or price* terhadap *customer satisfaction* pada konsumen Gildak di Surabaya.
6. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan *customersatisfaction* terhadap *revisit intetion* pada

konsumen Gildak di Surabaya.

7. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan *restaurant reputation* terhadap *revisit intention* pada konsumen Gildak di Surabaya.
8. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan *variety seeking tendency* terhadap *revisit intention* pada konsumen Gildak di Surabaya.
9. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan *trust* terhadap *revisit intention* pada konsumen Gildak di Surabaya.
10. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan *customer Satisfaction* terhadap *trust* pada konsumen Gildak di Surabaya.
11. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan *restaurant reputation* terhadap *trust* pada konsumen Gildak di Surabaya.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan penjelasan dari tujuan penelitian diatas, Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan informasi yang memiliki manfaat terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang yang memiliki kaitan dengan faktor-faktor *Revisit Intention* yang diamati dari variabel *Customer Satisfaction*, *Service Quality*, *Food Quality*, *Atmospherics*, *Other Customers*, *Perceived value* atau *Price*, *Revisit Intention*, *Restaurant Reputation*, *Variety Seeking Tendency*, dan *Trust*. Selain itu hasil

dari penelitian ininantinya juga diharapkan dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya dimasa depan.

### 1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang ingin dicapai dari penelitian ini bagi beberapa pihak antara lain:

1. Penelitian ini mampu memberikan manfaat bagi penulis untuk memperluas pengetahuan dan wawasan sehingga mampu mengembangkan diri. Selain itu bagi penulis dapat berbagai teori yang telah didapat selama masa perkuliahan, terutama tentang *Customer Satisfaction, Service Quality, Food Quality, Atmospherics, Other Customers, Perceived value or Price, Revisit Intention, Restaurant Reputation, Variety Seeking Tendency, dan Trust*.
2. Penelitian ini juga dapat memberikan informasi, data dan juga masukan terhadap perusahaan terkait yaitu Gildak ataupun Nikmat Group agar mampu mempertimbangkan untuk meningkatkan aspek perusahaan agar semakin lebih baik lagi dalam lingkup faktor yang mempengaruhi *Revisit Intention* yang ditinjau dari variabel *Customer Satisfaction, Service Quality, Food Quality, Atmospherics, Other Customers, Perceived value or Price, Restaurant Reputation, Variety Seeking Tendency, dan Trust*. Sehingga perusahaan dapat menghadapi masalah mengenai *Revisit Intention* dengan lebih bijaksana yang akhirnya dapat meningkatkan perkembangan dari kinerja dalam perusahaan.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika ini dibuat yang bertujuan untuk mempermudah pembaca dalam memahami penelitian. Dalam laporan penelitian ini dari lima bab yang mana dari bab tersebut secara garis besar dapat dijelaskan dengan urutan sebagai berikut:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Dalam bab ini berisikan pendahuluan mengenai gambaran umum dalam penyusunan penelitian yang di dalamnya berisi latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

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

Dalam bab ini berisikan teori-teori terdahulu yang menjadi dasar dari pembahasan penelitian ini, pengembangan dari hipotesis, model penelitian serta bagian alur berpikir.

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

Dalam bab ini berisikan tentang metode penelitian yang termuat jenis penelitian, populasi, sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional, pengukuran variabel dan juga metode analisis data.

### **BAB IV: ANALISIS DATA PERUSAHAAN & PENELITIAN**

Dalam bab ini berisikan tentang gambaran umum dari objek penelitian, analisis data yang meliputi hasil statistik deskriptif, hasil pengujian kualitas data, hasil pengujian dari hipotesis dan juga dari analisis data.

### **BAB V: PENUTUP**

Dalam bab ini berisikan kesimpulan serta beberapa rangkuman singkat tentang pembahasan dari bab analisis dan penelitian yang sudah dilakukan. Serta terdapat

implikasi dan juga saran yang diberikan yang berguna untuk memperbaiki penelitian ini dikemudian hari.

