

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

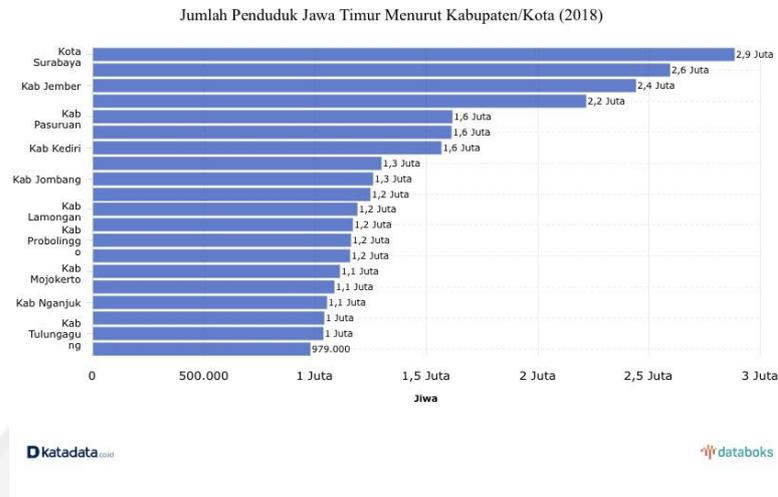
Perkembangan industri restoran masih menjadi salah satu sektor penting dalam meningkatkan pendapatan nasional. Hal ini dapat terlihat dari konsistensi serta banyaknya pembukaan restoran dan hotel baru di seluruh wilayah Indonesia. Menurut data Kementerian Perindustrian industri restoran telah menyumbang 34,95% pada tahun 2017 untuk PDB industri nonmigas. Meningkat 4% dari tahun 2016 dan dipastikan akan terus meningkat. Industri restoran juga masih menjadi lahan subur bagi investor sebagai usaha yang menjanjikan dibidang kuliner. Ditandai dengan masuknya berbagai restoran asing dengan penyajian inovatif dan menarik bagi masyarakat lokal (www.keysoft.co.id, diunduh pada tanggal 5 April 2022).

Pergerakan/ mobilitas yang padat oleh masyarakat modern turut menjadi pendorong perkembangan insdustri restoran. Orang cenderung memilih makanan siap saji yang paktis dibandingkan harus repot membuatnya sendiri. Saat ini banyak restoran keluarga yang menawarkan menu sehat. Ini menjadi inovasi baik bagi para penikmat kuliner maupun investor bisnis bidang restoran. Kuliner tidak hanya sebagai kebutuhan sumber makanan bagi masyarakat, melainkan sebuah gaya hidup baru sebagai standar status sosial. Banyaknya masyarakat yang lebih memilih makanan / minuman mahal demi menunjukkan status sosialnya di akun sosial media. Pemilik bisnis restoran juga mudah mendapatkan omset puluhan juta

setiap harinya, industri restoran memiliki perputaran uang yang baik dan stabil (www.keysoft.co.id, diunduh pada tanggal 5 April 2022).

Pertumbuhan bisnis dalam industri makanan dapat terlihat jelas dari tempat makan dan hotel yang semakin banyak berkembang di berbagai kota di Indonesia. Setiap restoran memiliki ciri khasnya masing-masing yang membuat pelanggan tertarik untuk datang dan makan di tempat tersebut. Hal yang menarik pelanggan tersebut bisa jadi produk ataupun layanan yang diberikan. Seiring berjalannya waktu masyarakat semakin memiliki pola pikir modern yang ingin serba praktis sehingga mengurangi membuat makanan sendiri dan menggantinya dengan cara pergi ke restoran cepat saji ataupun restoran keluarga. (www.keysoft.co.id, diunduh pada tanggal 5 April 2022).

Makan merupakan kebutuhan dasar dari setiap orang dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari untuk hidup. Seringkali kegiatan makan ini dilakukan bersama keluarga ataupun kerabat terdekat dan bisa menjadi sarana berbisnis dalam mempererat hubungan antar rekan kerja. Beberapa orang berpendapat bahwa kebiasaan makan diluar terjadi karena, makan diluar lebih memikat dibanding dengan memasak sendiri. Melihat hal tersebut, banyak sekali pengusaha dari industri ini menarget ke Indonesia terutama kota-kota besar. Di Indonesia kota besar yang memiliki tingkat pertumbuhan ekonomi yang berkembang dan memiliki populasi penduduk sekitar 2,9 juta penduduk adalah kota Surabaya. (www.eastjava.com, diunduh pada 5 April 2022).



Gambar 1.1 Jumlah Penduduk Kota Surabaya Tahun 2018
 Sumber: www.databoks.katadata.co.id, idunduh pada tanggal 5 April 2022)

Ciccia Ristorante and Steak House adalah salah satu restoran mewah yang banyak dikunjungi oleh kalangan menengah atas Surabaya. Karena restoran menjual berbagai macam hidangan khas Italy, maka chef yang memasak juga langsung berasal dari Italy. Ciccia Ristorante and Steak House memiliki tempat yang nyaman dan luas. Selain itu, terdapat kombinasi tumbuhan yang menambah ke *aesthetican* dari restoran Italy tersebut. Hal tersebut menjadikan Ciccia Ristorante and Steak House tempat yang cocok untuk berkumpul bersama teman dan keluarga (www.brisik.co.id, diunduh pada tanggal 5 April 2022).



Gambar 1.2 Logo Ciccia Ristorante and Steak House
 Sumber: https://www.facebook.com/cicciaristorante/?_rdr

Ciccia Ristorante and Steak House sendiri terletak di Jl. Imam Bonjol No.82 Surabaya. Semua menu di di restoran ini berkisar Rp50.000 hingga Rp350.000. Hidangannya bervariasi dan sangat menggiurkan, seperti Stinco d'Agnello Brasato, Mozzarella in Carozza, dan lainnya. Harga yang ditawarkan memang cukup mahal tetapi hal tersebut sebanding dengan kualitas makanan dan penyajian yang dilakukan oleh pihak Ciccia Ristorante and Steak House (www.brisik.co.id, diunduh pada tanggal 5 April 2022).

Ciccia Ristorante and Steak House hadir dengan memiliki konsep ruangan yang sangat estetik sehingga menciptakan suasana yang tenang dan sangat cocok digunakan sebagai tempat bercengkrama bersama orang terdekat. Kehadiran air mancur ditengah-tengah restoran menjadikan suasana restoran menjadi tenang dan sangat cocok digunakan sebagai tempat berkumpul dengan para kerabat. Bangunan dengan *design* kaca tinggi beserta banyaknya tumbuhan-tumbuhan disekitar restoran menjadi poin utama keestetikan dari Ciccia Ristorante and Steak House (www.brisik.co.id, diunduh pada tanggal 5 April 2022).

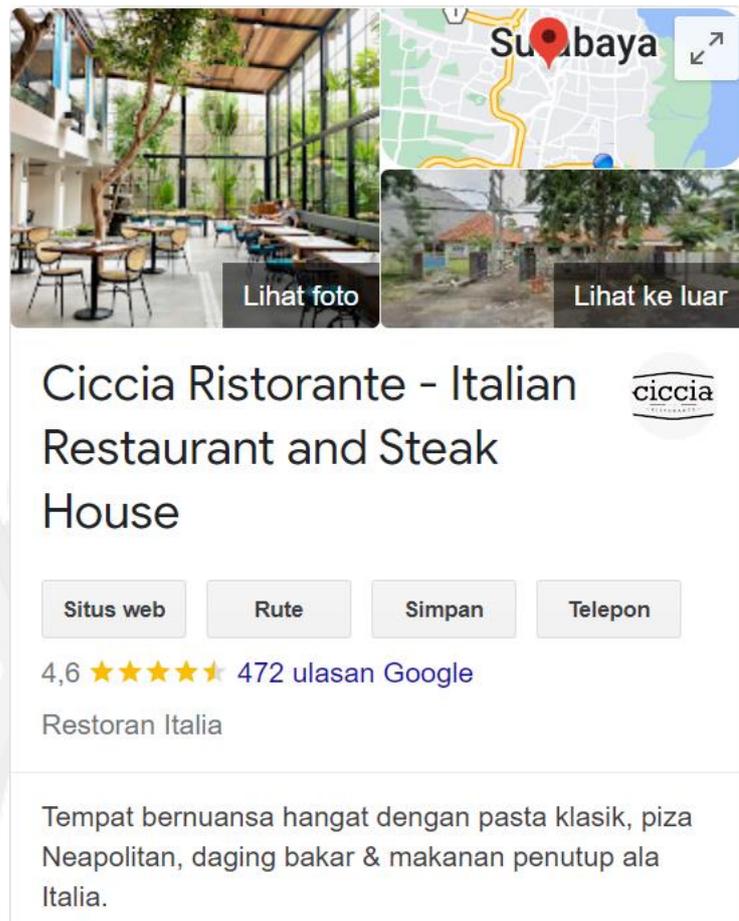
Sebagai restoran yang tentunya ingin terus berkembang dan bertahan ditengah ketatnya persaingan di dunia bisnis kuliner, menjadikan Ciccia Ristorante and Steak House perlu meningkatkan *behavioral intentions*. Menurut Dharmmesta (2008) mendefinisikan bahwa *behavioral intention* merupakan suatu perilaku atau sikap pelanggan yang memiliki keinginan untuk menggunakan jasa secara terus menerus. Hal tersebut dapat dibuktikan melalui gambar 1.3 yang menunjukkan bahwa sekelompok orang sedang merayakan ulang tahun di Ciccia Ristorante and Steak House dan untuk memilih tempat merayakan hari *special*

tentunya pelanggan sudah merasakan kualitas dari restoran yang baik sehingga pelanggan memilih Ciccía Ristorante and Steak House untuk merayakan hari spesialnya.



Gambar 1.3 Bukti dari behavioral intentions Ciccía Ristorante and Steak House
Sumber: Instagram Ciccía Ristorante and Steak House, diunduh pada tanggal 6 April 2022

Menurut Oliver (2015) *customer satisfaction* adalah perasaan puas atau kecewa yang pelanggan dapatkan dari membandingkan hasil yang dirasakan dari produk dengan harapan pelanggan. Ciccía Ristorante and Steak House sendiri membuktikan bahwa restoran tersebut mampu memberikan kepuasan bagi para pelanggan yang dapat dilihat dari gambar 1.4 dimana Ciccía Ristorante and Steak House mendapatkan rating 4.6 terkait makanan, layanan, dan nilai yang dirasakan oleh pelanggan Ciccía Ristorante and Steak House.



Gambar 1.4 Bukti dari *customer satisfaction* Ciccia Ristorante and Steak House

Sumber: google Ciccia Ristorante and Steak House, diunduh pada tanggal 5 April 2022

Menurut McDougall dan Levesque (2000) *perceived value* merupakan hasil atau manfaat yang diterima oleh pelanggan yang berkaitan dengan total biaya yang dikeluarkan, baik harga maupun biaya lain yang terkait dengan proses pembelian. Ciccia Ristorante and Steak House sendiri membuktikan bahwa restoran tersebut mampu memberikan kualitas yang sesuai dengan harga yang harus dibayar oleh pelanggan. Dapat dilihat dari gambar 1.5 bahwa pelanggan merasa sangat puas dengan kualitas makanan dan lingkungan dari restoran ini.

Ciccia Ristorante - Italian Restaurant and Steak House

Jl. Imam Bonjol No.82, DR. Soetomo, Surabaya City, East Java

Tulis ulasan

4,6 ★★★★★ 472 ulasan

★★★★★ 6 bulan lalu

Impressive...satu kata yang cukup menggambarkan betapa classy resto Italy ini dipadu dengan lansekap interior yang memanjakan customer untuk melakukan Wefie ataupun Selfie disudut-sudut ruangan Ciccia ini.

Tadi memesan 1.3 kg T-Bone Dry Ages yang rasanya fantastis ditambah dengan bumbu mushroom dan wine, demikian pula dengan Pizza Quatro Formaggi, begitu nikmat, Carbonnara yang lembut, Lasagna yang nikmat, dan masih banyak lagi menu-menu lainnya yang bisa anda nikmati bersama dengan teman, keluarga ataupun rekan bisnis.

Tadi kita menggunakan area lantai 2 untuk bersantap ria, privacy yang terjaga untuk melakukan privat meeting dan small dinner private party.

Gambar 1.5 Bukti dari perceived value Ciccia Ristorante and Steak House

Sumber: Ulasan Google, diunduh pada tanggal 6 April 2022

Menurut Potter dan Hotchkiss (2012) *food quality* ialah karakteristik makanan yang diterima oleh pelanggan termasuk faktor eksternal yang berada didalamnya yang meliputi rasa, warna, konsistensi, ukuran, tekstur, dan lain sebagainya. Ciccia Ristorante and Steak House tidak hanya mampu memadukan rasa, ukuran, dan tekstur makanan, tetapi juga dapat dilihat dari gambar 1,6 bahwa penyajian tampilan makanan secara visual yang ditunjukkan oleh Ciccia Ristorante and Steak House juga diperhatikan.



Gambar 1.6 Bukti dari food quality Ciccia Ristorante and Steak House

Sumber: Instagram, diunduh pada tanggal 6 April 2022

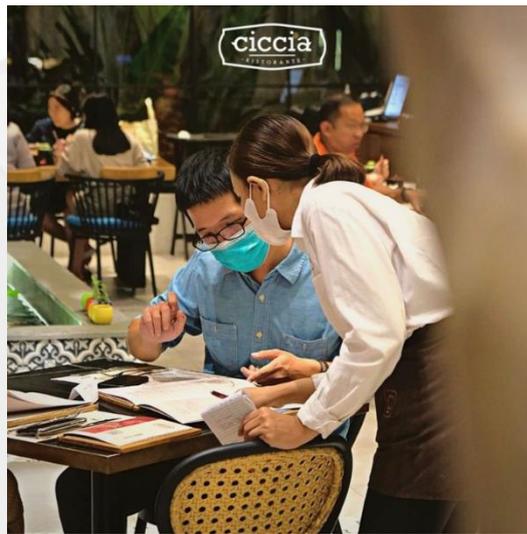
Menurut Ryu (2005) *physical environment* dapat disebut juga sebagai atmosfer, ialah upaya untuk mendesain lingkungan tempat pembelian untuk menciptakan emosi yang spesifik yang dapat berpengaruh dalam meningkatkan kemungkinan pembelian dilakukan konsumen. Dapat di lihat dari gambar 1.7 bahwa Ciccia Ristorante and Steak House memiliki suasana fisik lingkungan yang baik dimana terdapat pencahayaan yang cukup dan penataan meja serta kursi yang memiliki jarak yang tepat.



Gambar 1.7 Bukti dari *physical environment* Ciccia Ristorante and Steak House
Sumber: Instagram, diunduh pada tanggal 6 April 2022

Menurut Suwithi (2002) *service quality* adalah mutu dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan berdasarkan standar prosedur pelayanan. Pada

gambar 1.8 dapat dilihat bahwa pihak Ciccia Ristorante and Steak House melayani para pelanggan restoran dengan baik yang dibuktikan hingga chef Ciccia Ristorante and Steak House turun tangan langsung untuk berkomunikasi dengan pelanggan restoran.



Gambar 1.8 Bukti dari *service quality* Ciccia Ristorante and Steak House
Sumber: Instagram, diunduh pada 6 April 2022

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang masalah diatas, Ciccia Ristorante and Steak House merupakan restoran yang cukup eksis di Surabaya saat ini yang dapat dibuktikan melalui minat masyarakat yang tidak hilang meskipun mulai banyak bermunculan restoran Italy lainnya di Surabaya. Selain itu, Ciccia Ristorante and Steak House memiliki semua variabel dan model yang akan diteliti. Oleh karena itu, penelitian ini akan meneliti pengaruh variabel *food quality*, *physical environment quality*, *service quality*, *customer perceived value*, dan *customer satisfaction* terhadap *behavioral intentions*.

1.2 Batasan Masalah

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *food quality*, *physical environment quality*, *service quality*, *customer perceived value*, dan *customer satisfaction* terhadap *behavioral intentions* pada Ciccia Ristorante and Steak House. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dan informasi terbatas pada pelanggan pria dan wanita yang berdomisili di Surabaya berusia 18-60 dimana usia tersebut merupakan masa dewasa dini (Kotler dan Amstrong, 2010) yang pernah makan di restoran Ciccia Ristorante and Steak House Surabaya minimal dua kali dalam enam bulan terakhir.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, pokok permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *food quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer perceived value* pada restoran Ciccia Ristorante and Steak House?
2. Apakah *physical environment* berpengaruh signifikan terhadap *customer perceived value* pada restoran Ciccia Ristorante and Steak House?
3. Apakah *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer perceived value* pada restoran Ciccia Ristorante and Steak House?

4. Apakah *customer perceived value* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada restoran Ciccia Ristorante and Steak House?
5. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intentions* pada restoran Ciccia Ristorante and Steak House?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Menganalisa pengaruh *food quality* terhadap *customer perceived value* pada restoran Ciccia Ristorante and Steak House
2. Menganalisa pengaruh *physical environment* terhadap *customer perceived value* pada restoran Ciccia Ristorante and Steak House
3. Menganalisa pengaruh *service quality* terhadap *customer perceived value* pada restoran Ciccia Ristorante and Steak House
4. Menganalisa pengaruh *customer perceived value* terhadap *customer satisfaction* pada restoran Ciccia Ristorante and Steak House
5. Menganalisa pengaruh *customer satisfaction* terhadap *behavioral intentions* pada restoran Ciccia Ristorante and Steak House

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini membuktikan bahwa adanya hubungan antara variabel independent (*food quality, physical environment, service quality, customer perceived value, customer sqatification*) dan variabel dependen (*customer loyalty*). Selain itu, agar penelitian ini dapat menjadi informasi, pedoman, serta dapat berguna bagi pembaca maupun penelitian di masa yang akan datang, khususnya dengan permasalahan yang sama dan dalam objek yang berbeda.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan akan dapat bermanfaat bagi pihak Ciccia Ristorante and Steak House untuk mempertahankan serta meningkatkan pengaruh *food quality, physical environment, service quality, customer perceived value, customer sqatification* terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Ciccia Ristorante and Steak House.

1.6 Sistematika Penulisan

Guna memudahkan pembahasan, penulisan penelitian ini disusun secara sistematis ke dalam beberapa bab berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini dimulai dengan menjelaskan latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan ditutup oleh sistematika penelitian.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini menjelaskan mengenai teori – teori literature atau jurnal yang digunakan sebagai landasan teori, penelitian sejenis terdahulu, serta pembentukan hipotesis yang akan digunakan sebagai kerangka dasar untuk melakukan analisis, memberikan kesimpulan, implikasi dan rekomendasi.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan metodologi penelitian yang meliputi jenis penelitian, populasi dalam penelitian, sampel dan tekknik pembambilan sampel, definisi operasional dan oengukuran variabel penelitian, instrument penelitian, metode pengumpulan data, serta metode analisis data.

BAB IV: PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Berisi hasil penelitian dalam bentuk tabel dan gambar, serta penjelasan detail tentang hasil penelitian yang diperoleh dan pembahasan mengenai hasil-hasil

pengolahan data. Pembahasan bersifat komprehensif dan mampu menjelaskan permasalahan penelitian.

BAB V: KONKLUSI, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

Berisi konklusi dari hasil pembahasan dan implikasinya serta rekomendasi yang dipandang perlu untuk mengatasi kekurangan-kekurangan yang ada.

