

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

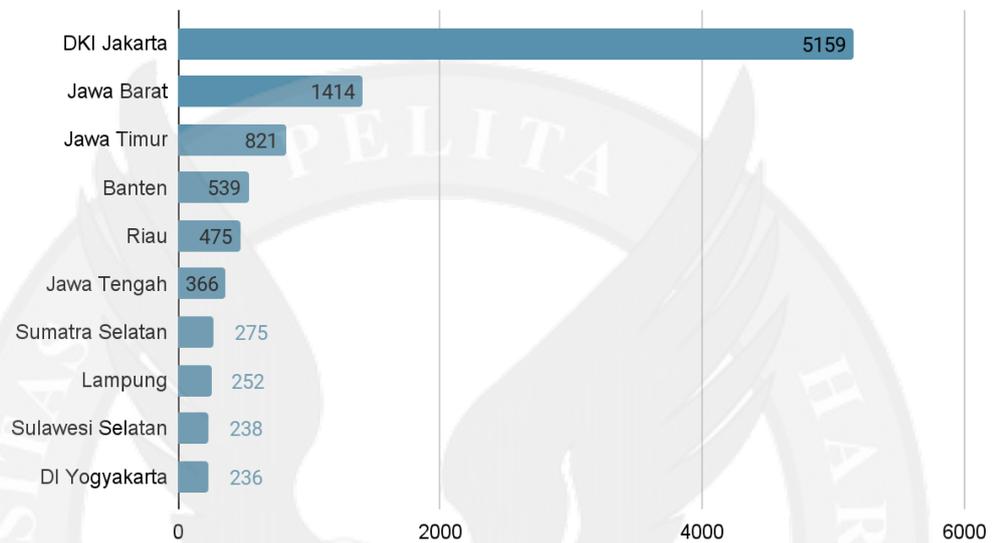
Industri Pariwisata merupakan salah satu sektor yang tumbuh cepat di Indonesia dikarenakan adanya banyak tempat serta adat dan juga budaya serta dengan tradisi yang dapat dijadikan sebagai daya tarik wisata (Walakula, 2020). Harapan pemerintah menjadikan sektor pariwisata sebagai penghasil devisa nomor satu dan menjadi sumber pendapatan negara, ditambah dengan usaha pemerintah dalam pengembangan dan perbaikan sektor pariwisata dari waktu ke waktu memiliki tujuan untuk melestarikan destinasi wisata yang ada serta meningkatkan pariwisata untuk menarik minat para wisatawan untuk berkunjung dan menikmati fasilitas wisata yang telah disediakan (Setyaningrum et al., 2021). Industri pariwisata tersebut tidak terlepas dari jasa penyedia makanan dan minuman yaitu restoran. Makanan dapat menjadi salah satu daya tarik pariwisata dan mendorong peningkatan jumlah wisatawan serta memberikan identitas suatu daerah dan mendorong pertumbuhan sektor lainnya (Bhudiarty et al., 2019). Restoran adalah tempat dimana makanan disiapkan untuk dibeli (Walker, 2021). Dengan masuknya budaya luar, geografi luar, negara luar, dan beraneka ragam agama mampu meningkatkan intensitas dan kompleksitas konsumsi makanan itu sendiri. Budaya dunia mampu menciptakan keseragaman tempat, manusia, dan budayanya, namun budaya itu sendiri tetap mempertahankan ciri khasnya karena membuat budaya negara itu sendiri terlihat berbeda dari yang lain, contoh negara yaitu Jepang (Ayu Ningsih et al., 2021).

Dikarenakan restoran merupakan tempat dimana makanan tersebut disiapkan maka bisa dinyatakan bahwa restoran merupakan salah satu fasilitas pendukung dalam mempermudah wisatawan untuk menikmati suatu atraksi atau daya tarik wisata yang disediakan pada suatu daerah (Ramadan et al., 2021) Selain itu loyalitas wisatawan dan pengunjung juga dapat dicapai oleh kepuasan restoran (Hernández-Rojas & Alcocer, 2021) sehingga bisa dinyatakan bahwa restoran mempunyai dampak terhadap pengembangan

industri pariwisata dan juga mempunyai salah satu peran terpenting dalam industri pariwisata.

Gambar 1  
10 Besar Provinsi dengan Usaha Penyedia Makan dan Minum Terbanyak di Indonesia

10 Provinsi dengan Usaha Penyedia Makan dan Minum Terbanyak di Indonesia



Sumber : Badan Pusat Statistika (2020)

Pada grafik diatas, Provinsi Banten termasuk 5 besar provinsi dari 33 provinsi yang ada di Indonesia yang memiliki usaha penyedia makan dan minum sekitar 539 sehingga bisa dinyatakan pasar di Provinsi Banten merupakan pasar yang kompetitif. Pasar yang kompetitif menghasilkan kemunculan persaingan di dalam bisnis restoran di Banten. Persaingan pun dapat terjadi dikarenakan semakin banyak ide manusia yang kreatif dan inovasi, sehingga perusahaan pun berlomba untuk menghasilkan ciri khas perusahaan yang dapat menarik perhatian pelanggan (Sari & Susanti, 2021). Salah satu usaha yang dibuat dari hasil persaingan di provinsi Banten ini adalah Seporsi Mie Kari. Restoran Seporsi Mie Kari ini terletak di Alam Sutera di dalam provinsi Banten. Letak restoran tersebut termasuk di daerah yang kompetitif sehingga persaingan tidak bisa dihindarkan. Seperti yang telah disebutkan usaha restoran di daerah kompetitif harus berlomba untuk menghasilkan ciri khas tersendiri untuk mendapatkan keunggulan. Dalam

kasus restoran Seporsi Mie Kari merupakan restoran yang menyajikan hidangan khusus yaitu Mie Kari yang terinspirasi dari masakan khas Jepang yaitu ramen sehingga dimodifikasi dengan bahan-bahan Indonesia dan juga mengikuti cita rasa nusantara (One Big Hap, 2022). Restoran Seporsi Mie Kari merupakan restoran yang mulai beroperasi pada bulan Juli pada tahun 2022. Menurut Dalimartha (2023) Restoran Seporsi Mie Kari memiliki target konsumen pada kalangan usia 30 tahun keatas tetapi setelah dijalani selama sebulan, disadari bahwa menu mie kari ini juga terkenal dalam kalangan usia muda sekitar 20 tahunan keatas. Hal ini termasuk fenomena yang ditetapkan oleh pemilik bisnis restoran Seporsi Mie Kari yang bernama Andrew Dalimartha. Menurut Dalimartha (2023) dinyatakan bahwa fenomena ini merupakan sebuah peluang yang ingin ditetapkan maka dari itu, di rekomendasikan kepada peneliti agar bisa menganalisa perilaku konsumen restoran seperti salah satunya adalah minat pembelian kembali di restoran Seporsi Mie Kari. Minat pembelian kembali merupakan perhatian utama bagi perusahaan yang ingin mendapatkan keunggulan kompetitif (Johan et al., 2020). Hal ini juga direkomendasikan oleh pemilik restoran Seporsi Mie Kari dikarenakan juga restoran Seporsi Mie Kari dinyatakan memiliki banyak pesaing (Dalimartha, 2023). Pada restoran Seporsi Mie Kari memiliki satu menu yang dimana menu ini merupakan menu yang direkomendasikan oleh restoran Seporsi Mie Kari tersebut yaitu Mie Kari Ayam Komplit varian original yang dilengkapi dengan toping tahu, telur, dan daun bawang. Produk ini juga merupakan produk yang di rekomendasikan oleh Restoran Seporsi Mie Kari bagi pendatang baru.

Gambar 2  
Menu Seporsi

Mie Bihun Kari		Ori	Bara	Level Pedas
Ayam		35	38	Normal
Ayam Komplit	🍳	45	48	Sedang
Sapi		58	60	Pedas
Sapi Komplit		68	70	X Pedas
Tahu Telur		35	38	No Park
				No Lard
Komplit (Telur + Tahu)				
Extra				
Kerupuk		3		
Tahu		6		
Telur		7		
Kikil		7		
Urut		12		
Minuman				
Teh Tawar		8		
Es Teh Tawar		8		
Teh Manis		8		
Es Teh Manis		8		
Aqua		8		
Badak		15		Buka 08.00
Liang Teh		15		Tutup 21.00
Teh Chrysantenum		15		Harga Belum
				Terasuk
				Pajak 10%

Sumber: Data Primer (2022)

Restoran Seporsi menawarkan produk yang berupa 5 makanan dengan 2 variasi rasa seperti rasa original dan rasa bara beserta topping extra dan 8 minuman, produk makanan utama merupakan mie kari ayam komplit dan yang direkomendasikan oleh Seporsi pada menu komplit mendapatkan telur dan juga tahu. Restoran Seporsi menawarkan extra topping yang terdiri dari urat, kikil, tahu, dan, telur. Pada salah satu variasi rasa yang disajikan untuk mie kari merupakan rasa bara yang merupakan rasa pedas, pada rasa pedas mempunyai 4 level tingkatan yaitu normal, sedang, pedas, X pedas.

Gambar 3

Mie Kari Ayam Komplit Varian Original



Sumber: Data Primer (2022)

Menurut Walker (2021), restoran mempunyai beda-beda jenis dan klasifikasi seperti *Chain Restaurant*, *Independent Restaurant*, *Franchised Restaurant*, *Quick Service Restaurant*, *Fast Casual Restaurant*, *Family Restaurant*, *Casual Restaurant*, *Fine Dining Restaurant*, dan juga masih banyak lagi. Restoran Seporsi Mie Kari dapat dikategorikan sebagai *Quick Service Restaurant* karena menu yang terbatas yang hanya menyajikan variasi mie kari dan juga pelayanan yang cepat. Selain itu, restoran Seporsi Mie Kari menggunakan media promosi online dalam mengiklankan restorannya. Pemilik restoran Seporsi Mie Kari menggunakan *youtube* sebagai salah satu media dalam mempromosikan restorannya dengan cara mengundang salah satu *food reviewer* yang terkenal, dan juga melalui salah satu media berita televisi yang juga dipromosikan di *youtube*. Dengan melakukan promosi digital atau *online*, dapat menjangkau pelanggan jauh yang merupakan generasi muda, dikarenakan generasi muda yang sering menggunakan media sosial melalui *smartphonenya* (Priyatna et al., 2022).

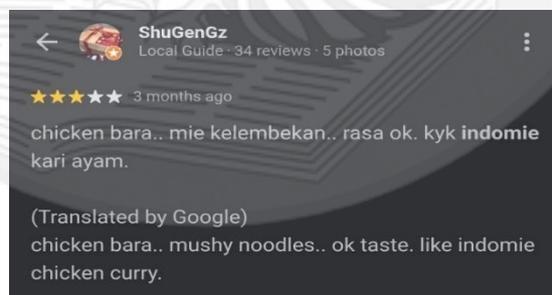
Setelah itu, restoran Seporsi Mie Kari memiliki review yang bagus pada google. Namun walau demikian restoran Seporsi Mie Kari pun juga memiliki ulasan yang tidak baik atau bisa juga dinyatakan sebagai complaint dari konsumen yang merasa ketidakpuasan dalam kunjungan ke restoran Seporsi Mie Kari. *Complaint* atau ulasan yang tidak baik ini penuh dengan ketidakpuasan konsumen terhadap pelayanan dan juga kualitas produknya seperti berikut :

Gambar 4  
Ulasan Konsumen Pertama



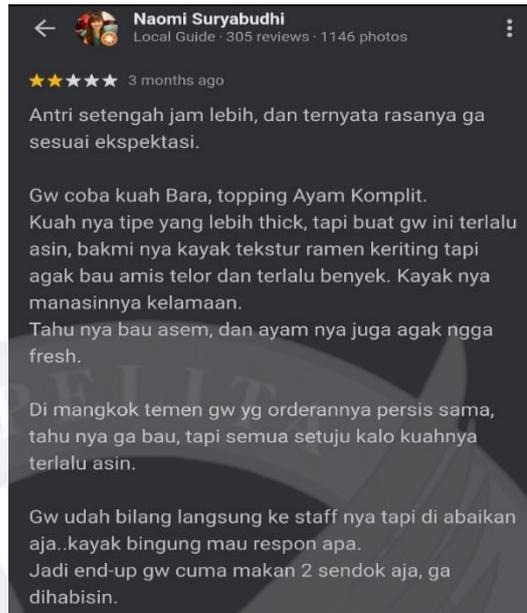
Sumber: Google Review (2022)

Gambar 5  
Ulasan Konsumen Kedua



Sumber: Google Review (2022)

Gambar 6  
Ulasan Konsumen ketiga



Sumber: Google Review (2022)

Dapat dilihat dari ketiga review dari google review bahwa produk pada restoran Seporsi Mie Kari tidak sesuai harapan dikarenakan tekstur pada mie terlalu bertepung, kelembakan, dan rasa pada kuah terlalu asin. Sehingga orang yang sudah berumur tua, tidak tertarik untuk berkunjung ke restoran Seporsi Mie Kari dikarenakan menurut Tangkilisan et al (2022) bila mengkonsumsi natrium atau asin yang berlebihan dapat menyebabkan hipertensi dan komplikasi kardiovaskular.

Untuk memenangkan pasar memerlukan model strategi dengan mencari tahu lebih dalam lagi tentang perilaku pembelian dan pembelian kembali pada konsumen, perilaku pembelian kembali dapat dikatakan bahwa merupakan kegiatan pembelian yang dilakukan lebih dari satu kali atau beberapa kali (Permatasari et al., 2022).

Variabel minat pembelian kembali pada usaha penyedia makan dan minum tersebut dipengaruhi dengan banyak faktor seperti sosial kelas, budaya, atmosfer dari restoran, kepuasan konsumen, nilai dari pelanggan, dan pengalaman pelanggan tersebut (Yulian & Sumiyati, 2021) selain itu juga adanya pengaruh dari citra merek, harga, kepuasan pelanggan, kesadaran merek, dan kualitas produk (Pradipta & Putra, 2022) sehingga bisa dinyatakan

bahwa variabel minat pembelian kembali tersebut mempunyai sangat banyak faktor yang mempengaruhinya.

Banyaknya faktor yang mempengaruhi minat pembelian kembali tersebut membuat peneliti termotivasi dalam meneliti variabel minat pembelian kembali restoran Seporsi Mie Kari. Maka dari itu peneliti ingin menganalisis apakah pengaruh kualitas produk dan kepuasan konsumen terhadap minat pembelian kembali mempunyai pengaruh yang sama untuk Seporsi Mie Kari.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang penelitian ini, masalah pada penelitian ini adalah terdapat ulasan dari kekecewaan pelanggan terhadap restoran Seporsi Mie Kari, dapat dilihat dari ulasan pada *google review* untuk restoran Seporsi Mie Kari. Bagi mereka produk yang diberikan oleh restoran Seporsi Mie Kari tidak sesuai dengan ekspektasinya, seperti miennya terlalu lembek, rasa pada kuah terlalu asin, dan kurangnya pelatihan pelayan dalam menangani komplain pelanggan. Padahal restoran Seporsi Mie Kari ini berdiri di salah satu provinsi yang termasuk 5 besar pasar yang kompetitif yaitu provinsi Banten, dan restoran Seporsi Mie Kari ini merupakan salah satu rumah makan yang cukup dikenal oleh orang sekitar dan dikalangan generasi muda. Namun terdapat juga review baik pada restoran Seporsi Mie Kari yang dimana mereka merasa puas dengan produknya dan bersedia untuk melakukan pembelian kembali. Dapat kita lihat bahwa kualitas produk Seporsi Mie Kari dapat lebih dikembangkan sehingga tidak terjadinya ketidakpuasan pelanggan. Sehingga melalui penelitian ini peneliti ingin meneliti apakah kualitas produk dan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian kembali di Restoran Seporsi Mie Kari.

## **C. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan Penjelasan pada latar belakang dan identifikasi masalah, maka dapat dirumuskan masalah dalam bentuk pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah adanya pengaruh pada Kualitas Produk terhadap minat pembelian kembali di Seporsi Mie Kari?

2. Apakah adanya pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap minat pembelian kembali di Seporsi Mie Kari ?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dengan Pertanyaan Penelitian tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap minat pembelian kembali di Seporsi Mie Kari
2. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap minat pembelian kembali di Seporsi Mie Kari

#### **E. Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian ini , penulis berharap agar dapat bermanfaat secara teoritis maupun secara praktis. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan serta menambah pengetahuan. Penulis berharap bahwa manfaat penelitian ini berupa :

1. Kontribusi pengembangan teori  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi dalam memperbaiki teori yang sudah ada atau sebagai penjelasan teori yang sudah ada ke dalam fenomena baru dan menemukan teori baru di penelitian selanjutnya.
2. Kontribusi praktik dan manajerial  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dan berkontribusi dalam industri *Food & Beverage* dengan memberikan informasi yang dapat digunakan dalam mengembangkan industri *Food & Beverage*.
3. Kontribusi Kebijakan Pariwisata  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi masyarakat, dan dapat mengembangkan pariwisata Indonesia.

## **F. Sistematika Penulisan**

Penelitian ini disusun secara sistematis menjadi lima bab. Sistematika penulisan ini digunakan untuk memudahkan penulis dalam penulisan proyek akhir ini. Penulis menampilkan sistematika penulisan dalam penelitian ini sebagai berikut:

### **BAB I : Pendahuluan**

Bab ini berisi latar belakang penelitian, identifikasi masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan juga sistematika penulisan

### **BAB II : Tinjauan Pustaka**

Bab ini berisi paparan teoritis, hasil penelitian sebelumnya, perumusan hipotesis, dan kerangka konseptual.

### **BAB III : Metode Penelitian**

Bab ini berisi gambaran umum objek penelitian, rancangan penelitian, metode penentuan sampel, metode pengumpulan data, pengukuran variabel, dan metode analisis data.

### **BAB IV : Hasil dan Pembahasan**

Bab ini berisi hasil dan pembahasan yang merupakan pembahasan mengenai data yang dipaparkan di dalam penelitian tersebut sehingga data tersebut akan dianalisa.

### **BAB V : Simpulan , Saran dan Rencana Berkelanjutan Penelitian**

Bab ini merupakan bab penutup dari penelitian yang berisi simpulan, saran, dan rencana berkelanjutan penelitian.