

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian Indonesia telah mengalami pertumbuhan pesat pada tahun 2013, dengan populasi yang muncul dari kelas menengah dan konsumen makmur. Meningkatnya gaya hidup yang sibuk di daerah perkotaan adalah salah satu faktor untuk konsumsi yang tinggi. Dengan memiliki sedikit waktu untuk melakukan pekerjaan rumah tangga, termasuk memasak, hal tersebut membuat masyarakat lebih memilih restoran atau rumah makan yang nyaman untuk menikmati kegiatan sehari-hari. Dengan melihat perkembangan saat ini di kalangan masyarakat Indonesia, membuka restoran adalah usaha bisnis yang menguntungkan bagi investor lokal maupun asing. Industri ini sangat beragam yang berkisar dari *high-end* hingga *low-end* restoran yang menyajikan masakan internasional untuk lokal restoran. (www.cekindo.com)

GDP masyarakat Indonesia mulai tahun 2005-2012 mengalami peningkatan, sedangkan pada 2013 mengalami sedikit penurunan dari tahun sebelumnya dan pada 2014 juga terjadi penurunan dibanding 2013. Penurunan ini merujuk pada kesejahteraan masyarakat berkurang pada 2013 dan 2014 yang mengakibatkan penurunan ini adalah tingkat stress yang cukup tinggi. Hal ini menyebabkan masyarakat membutuhkan hiburan dan pada akhirnya konsumen menjadi lebih konsumtif. Dunia kuliner menjadi solusi dari masalah ini untuk mengurangi tingkat kestresannya. (tradingeconomics.com)

Kondisi industri kuliner di Indonesia terus menunjukkan hasil yang positif. Pertumbuhannya mencapai 9.82 persen atau sebesar Rp. 192,69 triliun pada triwulan III 2016. Pertumbuhan ini berasal dari makanan dan minuman siap saji yang aman, bergizi, bermutu dan cocok dengan selera orang Indonesia. (<http://www.kemenperin.go.id>)

Persaingan bisnis di bidang kuliner sekarang semakin banyak dan kompetitif, ini membuat para pebisnis kuliner terus berusaha untuk berinovasi dan lebih kreatif dalam membuat suatu produk agar bisa lebih kuat dalam bersaing dengan usaha lainnya. Restoran di Indonesia pada tahun 2013, dilihat dari situs pencarian dan

reservasi restoran terkemuka di Jakarta mencatat terjadi pergeseran tren di mana semakin banyak masyarakat Indonesia yang memiliki kebiasaan makan di restoran. Tercatat kunjungan orang Indonesia ke restoran mencapai 380 juta kali dan menghabiskan total USD 1,5 miliar. (www.majalahict.com)

Dari beberapa restoran asing yang ada di Indonesia ada beberapa restoran Jepang yang masuk ke Indonesia, ada juga restoran yang berasal dari Indonesia sendiri tetapi bertema dan bernuansa negara Jepang. Perkembangan restoran Jepang pada tahun 2010 mengalami pertumbuhan yang cukup pesat. Jepang mempunyai banyak jenis makanan khas, contohnya sushi, ramen, dan takoyaki. Berbagai restoran Jepang bermunculan dengan banyaknya minat masakan Jepang tersebut di Indonesia. Makanan Jepang terkenal akan variasi dari bahan-bahannya, seperti mie, beras dan bahan tradisional lainnya. Misalnya ramen, makanan olahan dari mie ini banyak diminati oleh anak muda jaman sekarang karena banyaknya variasi topping atau isian didalamnya. Melihat dari sejarah, restoran Kikugawa adalah restoran Jepang yang pertama kali datang ke Indonesia. Restoran ini didirikan oleh penduduk Jepang bernama Kikuchi Surutake. Dengan munculnya restoran Kikugawa, menjadikan masakan Jepang terkenal di Jakarta. Pada tahun 1985, munculah Hoka Hoka Bento yang semakin menjadikan masakan Jepang menjadi terkenal. Hoka Hoka Bento (Hokben) menggunakan konsep masakan cepat saji khas Jepang. Masakannyapun menyesuaikan dengan lidah orang Indonesia. Hokben merupakan restoran cepat saji dari Jepang pertama dan terbesar di Indonesia. Pada tahun 2000-an, masakan Jepang semakin menjadi populer di kalangan masyarakat Indonesia. Sejak saat itu, banyak muncul restoran dan gerai makanan Jepang di hampir seluruh Indonesia. Masakan Jepang tak hanya muncul di kota besar seperti Jakarta, Surabaya, atau Bandung. Tapi juga muncul di kota menengah seperti Malang, Jember, Purwokerto, Medan, hingga Jambi. (<https://tirto.id>)

Bisnis makanan Jepang di Indonesia berkembang sangat cepat karena bisa diterima oleh masyarakat Indonesia dengan baik. Berkembangnya bisnis makanan asal negeri Matahari Terbit tersebut karena ada kesamaan antara makanan Indonesia dan Jepang, terutama masakan khas Sunda. Bisnis makanan Jepang, baru berkembang pada era 90-an, di mana restoran Jepang mulai bermunculan di

Indonesia. Sekarang masyarakat Indonesia bisa mendapatkan makanan Jepang baik di restoran mewah hingga kaki lima. Dan diperkirakan tren ini akan terus bertumbuh untuk beberapa tahun ke depan . (beritasatu.com).

Industri kuliner (makanan dan minuman) menjadi subsektor prioritas pada 2018. Subsektor tersebut menjadi pendorong untuk tercapainya target pertumbuhan industri tahun 2018, yakni 5,67 persen. Sektor ini juga meningkatkan realisasi investasi. Industri kuliner juga memiliki pertumbuhan tertinggi di tahun 2017, yakni 9,23 persen. (<https://bisnis.tempo.co>)

Bidang bisnis kuliner makanan termasuk salah satu bisnis yang menjanjikan kesuksesan untuk pelakunya, sehingga menjadi salah satu bidang yang cukup banyak dipilih sebagai andalan untuk mengambil keuntungan (<https://infopeluangusaha.org>). Hal ini dikarenakan makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok yang harus dipenuhi. Bisnis kuliner makanan yang menjadi andalan dalam mengambil keuntungan ini juga didukung oleh kesibukan masyarakat, terutama orang-orang yang tinggal di kota-kota besar seperti Surabaya. Di zaman sekarang seperti di Kota Surabaya, masyarakat sudah banyak sibuk dengan pekerjaannya masing-masing yang membuat mereka tidak memiliki waktu lagi untuk menyiapkan makanan sendiri karena jadwal yang padat, sehingga menimbulkan perilaku atau kebiasaan makan di luar rumah seperti di restoran. Terdapat banyak pilihan makanan yang di tawarkan di berbagai restoran di Surabaya baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Ini yang membuat restoran banyak di kunjungi dan dipenuhi ketika waktu istirahat pada siang hari maupun waktu pulang kerja . Saat ini, jumlah restoran yang beroperasi di Surabaya dan sudah masuk sebagai wajib pajak sebanyak 1.712 (<http://surabaya.tribunnews.com>).

Dikalangan masyarakat kota Surabaya pada tahun 2018 sedang populer restoran Jepang yang bertemakan *all you can eat*. Hal ini dikarenakan restoran Jepang yang bertemakan *all you can eat* tersebut menyediakan beragam macam makanan yang berkualitas yang bisa langsung dimasak secara cepat oleh pengunjung. Porsi dari makanan ini pun sangat cocok untuk makan besar bersama keluarga ataupun kerabat sehingga tingkat kepuasan dari para pengunjung sangat tinggi dan hal tersebut inilah yang membuat restoran Jepang *all you can eat* di Surabaya menjadi

populer. 6 restoran tersebut diantaranya, Gyu Kaku, Cocari, Onokabe, Arumanis, Shaburi, Hanamasa, . (<https://pergikuliner.com>).

Tabel 1.1
Harga Restoran Jepang

Nama Restoran	Harga
Cocari	Rp 147.000
Onokabe	Rp 170.000
Shaburi	Rp 173.000
Hanamasa	Rp 200.000
Gyu kaku	Rp 228.000
Arumanis	Rp 200.000

Sumber: Berbagai internet, 2019

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui harga restoran Cocari memiliki harga yang lebih murah dibandingkan restoran Jepang yang ada di Surabaya. Restoran Cocari memiliki kualitas yang sama dengan restoran *all you can eat* lainnya. Restoran dengan konsep *all you can eat* ini memiliki sistem penjualan menu dimana konsumen hanya membayar 1 kali untuk menikmati semua menu yang tersedia dengan konsep prasmanan atau buffet dengan batasan waktu tertentu. Harga yang diberikan dalam *system all you can eat* di restoran cocari ini lebih murah dibandingkan dengan restoran *all you can eat* lainnya di Surabaya (restofocus.com). Restoran ini banyak mempunyai pengunjung dan selalu ramai karena harga yang ditawarkannya murah dan rasa bumbu cocarinya yang unik menambah daya tarik dan cita rasa dari masakan restoran ini (Surabayapagi.com). Jenis makanan yang disajikan di Cocari sangatlah beragam, mulai dari daging sapi dan *seafood* hingga lauk pauk lain seperti sayur, mie dan *dessert*. Untuk menu yakiniku, rasa yang dihasilkan cenderung berasap karena penggunaan arang di bawah panggangannya (m.traveloka.com).



Gambar 1.1 Logo Cocari

Gambar 1.1 merupakan logo yang ada pada Cocari. Restoran Cocari ada dua, pertama terletak di Jalan Indragiri No 20 dan yang satu nya lagi terletak di jalan Pajajaran No 11 Surabaya ini biasanya mulai buka pukul 11 siang sampai 10 malam. Cocari menjadi salah satu kuliner yang wajib di kunjungi di Surabaya karena selain bertema Jepang dan berkonsep *all you can eat*. Cocari juga tetap menjaga kualitas Makanan , kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan serta harga yang ditetapkan dengan standart dan tidak terlalu mahal dibanding restoran *all you can eat* lainnya. Dalam penetapan harga Cocari menargetkan ke masyarakat menengah ke atas yang membuat cocari selalu ramai. (pergikuliner.com)

Dengan melihat fenomena peluang bisnis restoran yang masih sangat besar dan semakin ketatnya persaingan dalam bisnis restoran, maka penulis meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan, kualitas makanan, harga terhadap kepuasan pelanggan dan niat perilaku konsumen pada restoran Cocari.

Menurut Tjiptono (2014) kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellent*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Terdapat beberapa pelayanan yang diberikan Cocari agar pelanggan merasa senang dan puas ketika berkunjung ke Cocari, seperti daya tanggap karyawan yang akan mengganti alat grill yang sudah hitam dengan yang baru, karyawan yang ramah dan fasilitas yang membuat pengunjung nyaman. (www.harga.top)

Menurut Potter dan Hotchkiss (2012) *food quality* atau kualitas makanan adalah karakteristik kualitas dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen, seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa. Makanan lezat dan segar memainkan peran penting dalam upaya untuk melampaui pesaing. Dengan demikian, kualitas makanan adalah salah satu cara terbaik untuk memaksimalkan keberhasilan dalam bisnis restoran. Makanan di Cocari bukan hanya menyediakan makanan yang bernuansa Jepang tetapi menyediakan daging-daging yang berasal dari luar negeri juga seperti US beef, Australian beef dan beberapa daging lainnya yang cocok dengan lidah orang Indonesia dan membuat pengunjung ketagihan dengan makanan yang tersedia. (www.harga.top)

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) *price* atau harga dapat didefinisikan secara sempit sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa. Atau dapat didefinisikan secara luas harga sebagai jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki dan menggunakan produk atau jasa yang memungkinkan perusahaan mendapatkan laba yang wajar dengan cara dibayar untuk nilai pelanggan yang diciptakannya. Harga yang diberikan Cocari yaitu Rp 147.000 yang bisa dikatakan sesuai standart, membuat Cocari selalu ramai dengan pengunjung karena dengan harga yang terbilang murah, pengunjung bisa makan sepuasnya dengan waktu 2 jam. (www.harga.top)

Menurut Kotler dan Armstrong (2014) *Customer satisfaction* (kepuasan pelanggan) adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Cocari memiliki harga yang terjangkau, pilihan menu yang banyak, tempat yang nyaman, fasilitas yang memadai seperti *smoking room* dan *no smoking room*, dan beberapa promo yang membuat pelanggan merasa puas dan senang berkunjung di Cocari sehingga Cocari menjadi salah satu restoran favorit di Surabaya. (www.harga.top)

Menurut Kotler dan Armstrong (2014) *Behavioral Intentions* adalah kondisi dimana pelanggan memiliki intensi atau sikap loyal pada brand, produk, dan perusahaan secara rela menceritakan keunggulannya kepada pihak lain. Pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan, kualitas makanan dan harga akan merekomendasikan restoran Cocari terhadap teman atau koleganya untuk berkunjung ke Cocari. Cocari menjadi salah satu restoran Jepang yang direkomendasikan oleh beberapa situs kuliner Surabaya. (www.idntimes.com)

1.2 Batasan Penelitian

Dalam suatu penelitian dibutuhkan suatu batasan masalah. Dalam penelitian ini akan dibahas mengenai pengaruh *Service Quality*, *Food Quality*, *Price/Value* terhadap *Customer Satisfaction* melalui *Behavioral Intentions* pada Restoran Cocari di Surabaya.

Faktor internal pembeli berupa pribadi yang terdiri dari umur, pekerjaan, dan keadaan ekonomi sudah ditentukan dalam karakteristik populasi, yaitu wanita

dan pria, berdomisili di Surabaya, dengan rentan usia antara 18 sampai 60 tahun (Kotler dan Amstrong, 2009), telah mencoba dan mengunjungi Restoran Cocari dalam kurun waktu 3 bulan terakhir dan diasumsikan pembeli telah memiliki penghasilan sendiri untuk mampu membeli makanan di Cocari. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2019.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada konsumen Restoran Cocari di Surabaya?
2. Apakah *Food Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada konsumen Restoran Cocari di Surabaya?
3. Apakah *Price* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada konsumen Restoran Cocari di Surabaya?
4. Apakah *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intentions* pada konsumen Restoran Cocari di Surabaya?

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Setiap penelitian tentunya memiliki tujuan didalamnya. Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisa *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada konsumen Restoran Cocari di Surabaya
2. Untuk menguji dan menganalisa *Food Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada konsumen Restoran Cocari di Surabaya
3. Untuk menguji dan menganalisa *Price* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satidfaction* pada konsumen Restoran Cocari di Surabaya
4. Untuk menguji dan menganalisa *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intentions* pada konsumen Restoran Cocari di Surabaya

1.5 MANFAAT PENELITIAN

Berdasarkan atas tujuan penelitian, maka penelitian ini diharapkan akan bisa memiliki dua aspek manfaat, yakni :

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dilakukan agar dapat memberikan informasi dan pengetahuan serta dapat memperluas wawasan masyarakat, terutama dibidang Management mengenai *Service Quality, Food Quality, Price/Value, Customer Satisfaction dan Behavioral Intentions*. Hasil penelitian dapat mendukung teori-teori sebelumnya mengenai ketertarikan antara masing-masing variable.

Hasil penelitian dapat menjadi alat bantu dan acuan bagi peneliti berikutnya yang ingin mengangkat tema serupa maupun menggunakan hubungan antar variabel tertentu.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi dan bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam meningkatkan *Service Quality, Food Quality, Price/Value, Customer Satisfaction dan Behavioral Intentions*.

Sebagai masukan kepada manajemen Cocari untuk menetapkan strategi apa yang harus digunakan untuk dapat terus berkembang dalam persaingan yang semakin ketat, baik itu strategi jangka panjang ataupun strategi jangka pendek.

1.5.3 Manfaat bagi pihak lain :

- Hasil laporan ini diharapkan dapat menjadi referensi khususnya untuk pihak lain yang ingin melakukan penelitian dengan fokus kajian yang sama.
- Untuk memperluas dan menambah wawasan pembaca mengenai topik yang telah di teliti dalam penelitian ini.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Menjelaskan tentang latar belakang, identifikasi masalah, perumusan masalah, batasan penelitian, tujuan dan manfaat, serta sistematika penulisan.

BAB II: Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

Bab ini berisi tentang landasan teori, pengembangan hipotesis, model penelitian, dan membahas sumber-sumber yang mendukung penelitian ini.

BAB III: Metode Penelitian

Bab ini menguraikan tentang metode dan jenis penelitian definisi operasional, jenis dan sumber data, target dan karakteristik populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel prosedur pengumpulan data dan skala, serta pengolahan data.

Bab IV: Analisis Data dan Pembahasan

Berisi gambaran umum tentang objek penelitian, yaitu Cocari; analisis data, yang meliputi hasil statistik deskriptif, hasil pengujian kualitas data, hasil pengujian hipotesis serta pembahasan dari hasil analisis data tersebut.

Bab V: Kesimpulan

Berisi simpulan dari hasil penelitian, implikasi dari hasil penelitian dan rekomendasi untuk mengatasi masalah yang ada dalam penelitian ini.