

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kasus COVID-19 pertama kali terdeteksi di Indonesia pada 2 Maret 2020 dan sejak itu, jumlah kasus di dalam negeri terus meningkat (Sabiila Izzata Syahidah, 2022). Akibat peningkatan kasus yang cukup signifikan, pemerintah memberlakukan kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) untuk membatasi penyebaran dan lonjakan kasus COVID-19 di Indonesia (Detikcom Tim, 2021). Sebelum merebaknya COVID-19, industri restoran di Indonesia mengalami ekspansi yang signifikan selama beberapa tahun terakhir, didorong oleh pertumbuhan ekonomi yang kuat dan meningkatnya tingkat urbanisasi. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia, jumlah restoran di Indonesia tumbuh dari 103.000 pada tahun 2015 menjadi 124.000 pada tahun 2018 (Bapenas, 2022).

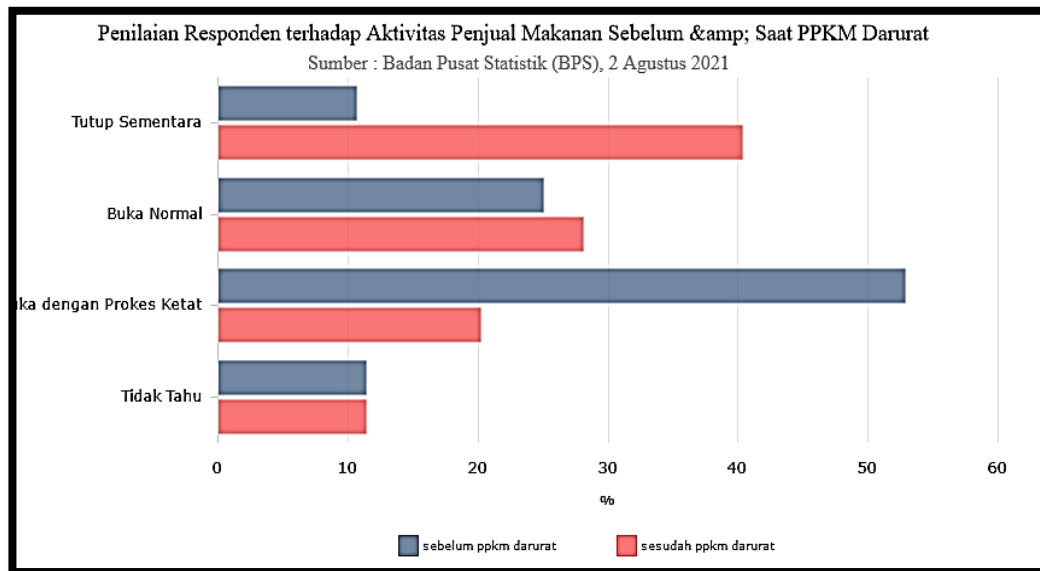
Pada bulan Desember 2020, tercatat sekitar 1.033 restoran ditutup secara permanen akibat dampak pandemi COVID-19 (Nurhaliza Shifa, 2021). Berdasarkan hasil survei Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2020, sektor makanan/minuman menjadi sektor yang paling terdampak oleh pandemi COVID-19 dan mengalami penurunan pendapatan hingga 92,47 persen. Saat Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) di wilayah Jabodetabek, restoran dilarang melayani *dine-in* atau makan di tempat. Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) di Indonesia dapat berdampak pada restoran *dine-in* karena kebijakan tersebut mengharuskan restoran untuk menyesuaikan cara

operasional mereka agar sesuai dengan aturan yang ditetapkan oleh pemerintah, mereka hanya diizinkan untuk melayani pesan antar atau *take-out* (Trio, 2021).

Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) mengubah aktivitas penjual makanan secara drastis, dan hasil survei dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan banyak pengusaha makanan seperti warung, pedagang kaki lima, dan rumah makan harus berhenti beroperasi selama kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) berlaku. Sebelum Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), hanya 10,7 persen yang tutup sementara, namun bertambah menjadi 40,3 persen pada saat sesudah Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) (Annur Cindy, 2021).

Penurunan sektor restoran atau tempat serupa terjadi karena perubahan perilaku masyarakat pada masa pandemi COVID-19. Salah satu perubahan perilaku yang terjadi adalah gaya hidup *stay at home*, di mana masyarakat melakukan segala aktivitas dari rumah (Katadata, 2021). Masyarakat lebih memilih tinggal di rumah pada masa Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) dibandingkan melakukan perjalanan ke luar rumah. Sebelum Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), hanya sebanyak 18,8 persen masyarakat yang memilih untuk tidak sama sekali keluar rumah, namun kemudian meningkat menjadi 34,8 persen (Pusparisa Yosepha, 2021). Kondisi ini memberikan pergeseran pada preferensi konsumen selama masa pandemi. Konsumen yang sebelumnya lebih suka *dine-in*, sekarang beralih ke pemesanan secara online. Konsumen yang biasanya berkunjung langsung ke restoran, sekarang beralih membeli makanan secara online selama

pandemi COVID-19. Perubahan perilaku ini mengakibatkan kunjungan ke restoran menurun (Paa et al., 2021).

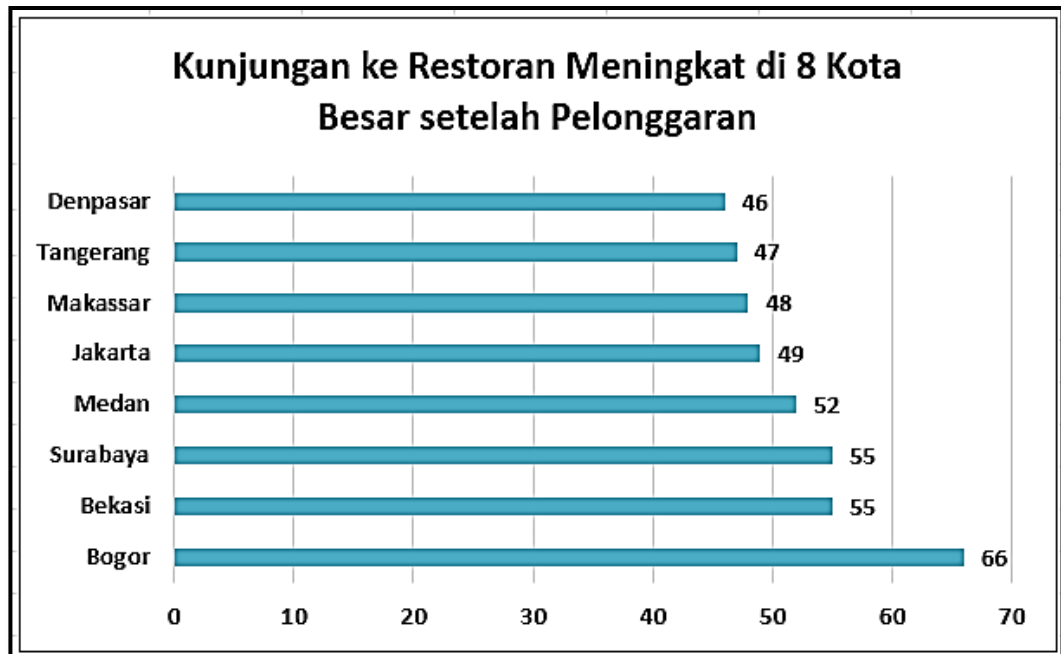


Gambar 1.1 Penilaian Sebelum & Sesudah PPKM Darurat

Sumber: Databoks(Annur Cindy, 2021)

Namun saat ini aktivitas masyarakat mulai kembali normal dengan adanya pencabutan kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) (Maesaroh, 2022). Sektor makanan dan minuman mulai meningkat kembali (Victoria Elsa, 2021). Pada Gambar 1.2 dapat dijelaskan bahwa pelonggaran pembatasan di berbagai wilayah, terutama di kota-kota besar di Indonesia, telah mendorong pergerakan masyarakat yang tercermin dari peningkatan tingkat kunjungan ke restoran untuk makan di tempat. Tingkat kunjungan rata-rata makan di tempat dihitung mencapai 52,3 persen dari delapan kota besar yang menjadi objek penelitian. Bogor menempati posisi teratas dengan tingkat kunjungan makan di tempat mencapai 66 persen, sementara Bekasi dan Surabaya memiliki tingkat kunjungan makan di tempat sebesar 55 persen. Ketiga daerah tersebut memiliki

tingkat kunjungan makan di tempat yang lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata kota lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa pergerakan masyarakat setelah pelonggaran pembatasan dapat berdampak pada industri makanan dan minuman, terutama restoran yang menawarkan fasilitas makan di tempat.



Gambar 1.2 Penilaian Responden Sebelum & Sesudah Darurat

Sumber: Pusparisa (2020)

Oleh karena itu, industri restoran atau tempat sejenisnya, khususnya wilayah Jabodetabek harus mengambil peluang ini untuk menarik pelanggan kembali untuk mengunjungi restoran secara langsung yaitu dengan memperhatikan kualitas makanan, harga, dan situasi lingkungan restoran. Oleh karena itu, kualitas makanan suatu restoran merupakan faktor yang mempengaruhi *dining satisfaction*. Konsumen cenderung mencari makanan yang enak, sehat, dan segar.

Rasa, aroma, tampilan, dan presentasi makanan juga menjadi faktor yang penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen dalam konteks *dine-in* restoran

(Rajput & Gahfoor, 2020), hal ini menunjukkan bahwa *food quality* memiliki pengaruh positif terhadap *customer's satisfaction*. Harga makanan di restoran juga menjadi faktor yang mempengaruhi *dining satisfaction*. Konsumen mengharapkan harga yang wajar dan sebanding dengan kualitas makanan dan pelayanan yang diberikan. Suasana lingkungan di dalam restoran juga mempengaruhi *dining satisfaction*. Suasana yang nyaman, tenang, dan bersih akan membuat konsumen merasa lebih santai dan puas (Hanaysha, 2016).

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti memutuskan untuk melakukan survei awal mengenai preferensi konsumen terkait pengalaman mereka mengunjungi restoran *dine-in* setelah masa pandemi COVID-19. Penelitian saat ini melakukan survei awal kepada 30 responden yang mengunjungi restoran *dine-in* dalam kurun 6 bulan terakhir.

Table 1 1.1 Hasil Survei Awal pada konsumen dine-in setelah masa pandemi COVID-19

No	Pernyataan	Tanggapan Responden	Hasil
1	keputusan manakah yang lebih anda sukai ketika ingin membeli makanan setelah masa pandemik?	dine -in 60 persen online 40 persen	Arti dari hasil ini adalah bahwa sebagian besar responden masih lebih memilih untuk makan di tempat daripada membeli makanan secara online setelah masa pandemi COVID-19. Sementara itu, adopsi layanan online juga masih menjadi faktor penting dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar di masa depan
2	hal apa saja yang menjadi pertimbangan mereka untuk mengunjungi dan menikmati kembali di restoran yang sama?	<i>Food quality</i> 100 persen <i>price fairness</i> 56.7 persen <i>environment</i> 23.3 persen	Arti dari hasil ini adalah bahwa dalam mempertimbangkan untuk mengunjungi dan menikmati kembali di restoran yang sama, responden cenderung memperhatikan faktor kualitas

No	Pernyataan	Tanggapan Responden	Hasil
			makanan dan kesesuaian harga dengan kualitas yang diberikan dan yang ditawarkan. Sementara itu, kondisi lingkungan fisik juga masih menjadi faktor yang dipertimbangkan, meskipun tidak sebanyak faktor lainnya.
3	apakah kualitas makanan pada restoran yang selalu dikunjungi di wilayah Jabodetabek setelah masa pandemi COVID-19 sesuai dengan harapan?	3,3 persen menjawab "Tidak" dan 96,7 persen menjawab "Ya"	Arti dari hasil ini adalah sebagian besar responden merasa puas dengan kualitas makanan yang ditawarkan oleh restoran yang mereka kunjungi di wilayah Jabodetabek setelah masa pandemi COVID-19, namun ada sebagian kecil responden yang merasa kurang puas dengan kualitas makanan yang ditawarkan.
4	apakah nilai harga makanan pada restoran yang selalu anda kunjungi di wilayah Jabodetabek setelah masa pandemi COVID-19 sudah sesuai dengan harapan?	10 persen menjawab "Tidak" dan 90 persen menjawab "Ya".	Arti dari hasil ini adalah sebagian besar responden merasa puas dengan harga makanan yang ditawarkan oleh restoran yang mereka kunjungi di wilayah Jabodetabek setelah masa pandemi COVID-19, namun ada sebagian kecil responden yang merasa kurang puas dengan harga yang ditawarkan.
5	apakah suasana lingkungan restoran yang selalu anda kunjungi di wilayah Jabodetabek setelah masa pandemi COVID-19 sudah sesuai dengan harapan?	16.7% menjawab "Tidak" dan 83.3% menjawab "Ya".	Arti dari hasil ini adalah sebagian besar responden merasa puas dengan suasana lingkungan restoran yang ditawarkan oleh restoran yang mereka kunjungi di wilayah Jabodetabek setelah masa pandemi COVID-19, namun ada sebagian kecil responden yang merasa kurang puas dengan suasana lingkungan yang ditawarkan.
6	bagaimana tingkat kepuasan anda secara menyeluruh terhadap pengalaman menikmati makanan di restoran yang sama secara berulang,	10% "Sangat Tidak Puas", 13.3% "Cukup Puas", 63.3% "puas", dan 13,3% "Sangat Puas".	Arti dari hasil ini adalah sebagian besar responden merasa puas dengan pengalaman menikmati makanan di restoran yang sama secara berulang, namun

No	Pernyataan	Tanggapan Responden	Hasil
			masih ada sebagian kecil responden yang merasa tidak puas atau hanya cukup puas.

Sumber: Hasil Survei Awal pada 30 konsumen *dine-in* (2023)

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil survei awal pada 30 responden, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden masih lebih memilih untuk makan di tempat/restoran daripada membeli makanan secara online setelah masa pandemi COVID-19. Hasil survei pendahuluan juga menjelaskan bahwa faktor kualitas makanan dan kesesuaian harga dengan kualitas yang diberikan menjadi faktor yang paling dipertimbangkan dalam memilih restoran yang akan dikunjungi kembali. Selain itu, kualitas makanan dan harga makanan juga menjadi faktor penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Meskipun suasana lingkungan restoran juga penting, namun tidak sebanyak faktor lainnya. Sebagian besar responden merasa puas dengan kualitas makanan, harga makanan, suasana lingkungan, dan pengalaman menikmati makanan di restoran yang sama secara berulang, namun masih ada sebagian kecil responden yang merasa kurang puas atau hanya cukup puas.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penelitian ini melakukan penelitian untuk menguji *customer's dining satisfaction* setelah masa pandemi dengan memodifikasi model penelitian dari (Taufik et al., 2022; Hanaysha, 2016; Jin et al., 2012). Modifikasi model dilakukan agar memperoleh model penelitian empiris yang disesuaikan dengan konteks penelitian restoran *dine-in*.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Apakah terdapat pengaruh positif *food quality* terhadap *customer's dining satisfaction*?
2. Apakah terdapat pengaruh positif *price fairness* terhadap *customer's dining satisfaction*?
3. Apakah terdapat pengaruh positif *physical environment* terhadap *customer's dining satisfaction*?
4. Apakah terdapat pengaruh positif *customer's dining satisfaction* terhadap *customer loyalty*?
5. Apakah terdapat pengaruh dari *food quality, price fairness, physical environment* terhadap *customer loyalty* yang dimediasi oleh *customer's dining satisfaction*.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Menguji dan menganalisis pengaruh positif *food quality* terhadap *customer's dining satisfaction*.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh positif *price fairness* terhadap *customer's dining satisfaction*.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh positif *physical environment* terhadap *customer's dining satisfaction*.
4. Menguji dan menganalisis pengaruh positif *customer's dining satisfaction* terhadap *customer loyalty*.
6. Menguji dan menganalisis pengaruh pengaruh dari *food quality, price fairness, physical environment* terhadap *customer loyalty* yang dimediasi oleh *customer's dining satisfaction*.

1.5 Manfaat penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis.

Penelitian ini juga memiliki manfaat teoritis yang signifikan. Dalam konteks ilmu pengetahuan, penelitian ini dapat memperkuat pemahaman tentang konsep-konsep penting seperti kepuasan pelanggan, citra merek, dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini dapat memperkaya teori dan pengembangan konsep-konsep baru yang dapat membantu dalam memahami perilaku pelanggan dalam industri restoran dan industri serupa lainnya. Selain itu, temuan penelitian ini dapat membantu dalam mengembangkan model konseptual yang lebih baik dalam memahami hubungan antara variabel-variabel yang diteliti, dan membantu para peneliti dan akademisi untuk mengembangkan penelitian lanjutan di bidang ini. Oleh karena itu, manfaat teoritis dari penelitian ini sangat penting bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan akademik.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini memberikan manfaat praktis yang sangat penting bagi industri restoran. Dengan mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, pemilik restoran dan manajer dapat meningkatkan kualitas layanan, makanan, lingkungan fisik, dan harga yang adil untuk pelanggan mereka. Dalam hal ini, penelitian ini juga membantu pemilik restoran dan menejer dalam memperkuat citra merek mereka melalui perbaikan makanan, lingkungan fisik, dan harga yang adil. Selain itu, penelitian ini memperkuat pemahaman mengenai hubungan antara kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, penelitian ini memberikan pedoman bagi pemilik restoran dan manajer dalam

meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan yang dapat berdampak positif pada pertumbuhan bisnis mereka.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I – PENDAHULUAN

Pada bab I ini, peneliti akan menguraikan latar belakang, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II – TINJUAN LITERATUR

Pada bab II membahas tentang *SOR theory, planned behavior theory, food quality, price fairness, physical environment, customer satisfaction, customer's dining satisfaction, customer loyalty*. Teori-teori ini berguna untuk memperkuat bukti hipotesis.

BAB III – METODE PENELITIAN

Pada bab III ini membahas tentang metode penelitian yang akan digunakan. Metode ini juga menjelaskan tentang definisi konseptual dan operasional variable, metode analisis data, instrumen penelitian, dan teknik pengumpulan data dan *pretest* yang sudah di teliti.

BAB IV – HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV ini terdiri dari hasil penelitian dari kuesioner aktual dan analisis yang di hasilkan dari uji statistik terhadap variabel yang ada. Pada bab ini juga menjelaskan profil responden, statistik deskriptif, statistik inferensial, PLS, penguji hipotesis serta pembahasan. Data yang didapat akan di olah menggunakan Smart PLS untuk menjawab permasalahan yang ada.

BAB V – KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Pada bab V ini membahas kesimpulan penelitian, implikasi teoritis, implikasi manajerial, keterbatasan penelitian, saran penelitian lanjutan, dan pembahasan hasil pengujian hipotesis yang dijelaskan pada bab IV.

