

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era perkembangan zaman makanan merupakan salah satu kebutuhan primer dari kehidupan manusia. Tanpa adanya makanan, manusia tidak mungkin bertahan hidup. Pada zaman primitif, manusia memakan sesuatu yang memang bisa dimakan dan hanya diolah dengan sangat sederhana, namun karena kemajuan zaman, manusia mendapat hasrat untuk mendapatkan cita rasa makanan yang lebih dari makanan yang disantapnya. Karena itulah, dalam pengolahan makanan, manusia melakukan banyak inovasi, seperti menemukan bumbu, bahan makanan yang baru, maupun cara pengolahannya.

<https://repository.maranatha.edu/805/3/0663106>

Makanan merupakan salah satu faktor utama keberlangsungan hidup manusia. Karena setiap individu membutuhkan makanan untuk memenuhi kebutuhan fisiologi manusia. (Teori Maslow dalam Robbins dan Judge, 2013: 203). Dalam sebuah pemasaran banyak sekali bentuk dan macam-macam anekaragam makanan yang dibuat oleh manusia dari yang murah hingga sampai yang mahal. Oleh karena itu produsen tertarik membuat sebuah produk, banyak produsen yang termotivasi untuk menghasilkan produk-produk yang bertujuan untuk menjawab kebutuhan serta keinginan konsumen tersebut. Banyaknya produk makanan yang bermunculan di pasar, restoran, di jalan dan dalam satu jenis.

eprints.ums.ac.id/57397/3/BAB%201.

Makanan dan minuman akan selalu berdampak dalam memenuhi kebutuhan manusia, tanpa adanya makanan tentu tidak dapat melakukan aktivitas. Salah satunya adalah makanan sebagai ladang bisnis, seperti apa yang disampaikan oleh Ir. Adhi S. Lukman, ketua gabungan pengusaha makanan dan minuman Indonesia

(GAPMMI) bahwa, “dengan populasi mencapai lebih dari 250 juta orang, Indonesia merupakan pasar yang menguntungkan bagi produsen makanan dan minuman, serta industri pendamping”

<http://www.tribunnews.com/bisnis/2016/07/27/sepanjang-tahun-2016-ini-pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman-stabil>

Restoran X.O Suki ialah salah satu merek restoran yang cukup ternama di Surabaya. Pada dasarnya, restoran X.O Suki ini merupakan gabungan tim dari X.O Restaurant dan berada di bawah manajemen PT. Mutiara Timur. Selain restoran X.O Suki, telah ada tiga *outlet* yang tergabung dalam X.O Group Restaurant, yaitu : X.O Chinese Cuisine Restaurant, X.O Suki & Family Dining, X.O Suki & Grill. Restoran XO Suki pada awalnya didirikan pada tahun 2006. Hingga saat ini, Restoran X.O Suki memiliki dua outlet, yaitu Restoran X.O Suki yang berlokasi di Plaza Tunjungan IV LG 1-2 dan Restoran X.O Suki yang berlokasi di jalan Raya Kupang Indah 15, Surabaya.

<https://e-journal.uajy.ac.id/7101/2/1EM17655>.

Restoran X.O Suki lebih mengarahkan atau membidik target pasar yaitu target sasaran keluarga. Restoran X.O Suki menyajikan bahan-bahan segar dimana konsumen dapat memilih sendiri bahan yang diinginkan kemudian diolah dengan metode rebus, yang disebut dengan istilah suki. restoran tersebut telah banyak pengunjungnya.

Restoran X.O Suki ini tergolong restoran pertama di Surabaya yang menjual makanan dengan menu suki. Hidangan yang ada di restoran ini merupakan sajian yang berasal dari Thailand dan terpengaruh hidangan Cina dan Jepang. Identitas berupa merek sangat diperlukan untuk dapat memberikan merek tersebut suatu ciri khas sehingga produk tersebut lebih mudah dikenal oleh konsumen, diharapkan dapat menarik konsumen sebanyak mungkin. Dengan

identitas yang dimiliki oleh sebuah makanan yang begitu enak, maka hal itu akan membuat konsumen dapat membuat suatu persepsi sendiri tentang produk makanan tersebut. Apabila persepsi konsumen baik mengenai sebuah merek, maka akan meningkatkan kemauan konsumen dengan produk itu.

<http://repository.wima.ac.id/2985/2/Bab%201>.

Konsumen merupakan hal utama bagi sebuah restoran. Dengan meneliti *customer loyalty* akan dapat diketahui sejauh mana bidang tersebut berkembang. Citra makanan merupakan sandang pangan bagi manusia, dengan meneliti akan tahu bagaimana *customer* terhadap restoran itu. Dengan meneliti *customer loyalty* juga dapat mengetahui apakah konsumen itu menjadi suka dengan makanan yang berada di restoran X.O Suki. Konsumen untuk mengunjungi restoran tersebut sehingga dapat membentuk loyalitas restoran X.O. Dalam pengembangan sebuah merek, penting bagi perusahaan untuk melakukan produk yang diciptakan perusahaan agar membangun citra untuk konsumen.

<https://repository.maranatha.edu/805/3/0663106>

Jika dilihat dari segi pasar dan ekonomi, saat ini banyak retail yang berfokus pada penjualan makanan. Namun, banyak ditemukan retail tersebut menjual makanan bukan merupakan makanan yang bersifat segar dari oven. Padahal konsumen akan merasa sangat dipuaskan jika mendapat atau makanan yang dibelinya ialah makanan yang baru selesai diolah bukan kiriman dari pabrik tertentu yang membutuhkan waktu perjalanan dan membuat makanan tersebut menjadi bukan sesuatu yang segar (*fresh*) lagi. Retail yang telah ada juga hanya bersifat untuk menjual saja. Terkadang pola belanja konsumen tidaklah demikian. Jika suatu rombongan konsumen datang, dan hanya beberapa saja yang memang hanya ingin berbelanja, maka beberapa orang lainnya membutuhkan suatu fasilitas lain, misalnya fasilitas tunggu atau lainnya. Ataupun, terkadang terdapat konsumen yang langsung ingin memakan makanan yang dibelinya secara langsung, maka konsumen tersebut membutuhkan fasilitas tempat makan dengan

fasilitas tempat baik maka konsumen akan tertarik. Disamping dari penjualan, pada saat ini, beberapa retail makanan melengkapi dirinya dengan fasilitas yang berhubungan dengan cara mengolah makanan, yaitu dengan cara kursus memasak dan menjual langsung bahan mentah serta peralatan masak yang diperlukan konsumen.

<https://repository.maranatha.edu/805/3/0663106>

X.O Suki sendiri memberikan kartu keanggotaan VIP kepada konsumen yang sudah memenuhi syarat tertentu. Sehingga *customer* akan mendapatkan rasa spesial dari restoran X.O suki yang membuat pengunjung kembali makan di X.O suki, Maka mulai dari itu akan tumbuh rasa *loyalty* terhadap restoran X.O Suki

1.2 Batasan Masalah

Untuk menghindari meluasnya pembahasan masalah dalam penelitian ini, maka penulis memutuskan untuk membatasi masalah pada analisis pengaruh *customer satisfaction* terhadap restoran *loyalt/customer loyalty* restoran XO di Kota Surabaya, Jawa Timur, Indonesia.

1.3 Rumusan Masalah

1. Apakah *food quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* di restoran X.O suki di Surabaya?
2. Apakah *service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada restoran X.O suki di Surabaya ?
3. Apakah *physical environment* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pelanggan restoran X.O suki Surabaya?
4. Apakah *hygienic and cleanliness* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* restoran X.O suki di Surabaya ?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisa *food quality* berpengaruh secara signifikan terhadap *customer satisfaction* pelanggan restoran X.O suki di Surabaya.
2. Untuk menganalisa *service Quality* berpengaruh secara signifikan terhadap *customer satisfaction* pelanggan restoran X.O suki di Surabaya.
3. Untuk menganalisa *physical enviroment* berpengaruh secara signifikan terhadap *customer satisfaction* pelanggan restoran X.O suki di Surabaya.
4. Untuk menganalisa *hygienic and cleanliness* berpengaruh secara signifikan terhadap *customer satisfaction* pelanggan restoran XO di Surabaya.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teori

Manfaat teoritis yang dapat diambil dalam penelitian ini antara lain

1. Manfaat bagi Akademik
Sebagai bahan referensi di perpustakaan Universitas Pelita Harapan Surabaya yang nantinya dapat berguna bagi penulis selanjutnya.
2. Manfaat bagi Penulis
 - a. Agar dapat menunjang bahan kajian dengan membandingkan teori kejadian yang ada di lapangan.
 - b. Sebagai syarat kelulusan sarjana strata satu (S1) di Universitas Pelita Harapan Surabaya.

1.5.2 Manfaat Praktis

Memberikan sumbangan berupa masukan dari hasil penelitian ini kepada pihak manajemen restoran yang dapat menjaga kepuasan pelanggan dan juga bisa mengembangkan loyalitas pelanggan kepada restaurant XO Surabaya.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan laporan ini dibagi ke dalam beberapa bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

Berisikan tentang latar belakang masalah, batasan masalah yang akan dibahas, rumusan masalah, tujuan dari penelitian ini dilakukan, manfaat penelitian yang meliputi manfaat praktis dan manfaat teoritis serta sistematika penulisan.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Berisikan tentang landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini, penelitian yang terdahulu tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *satisfaction, trust, dan customer loyalty*, pengembangan hipotesis dalam penelitian ini, model penelitian serta bagian alur berpikir.

BAB 3: METODE PENELITIAN

Berisikan tentang jenis penelitian, populasi dan sample yang digunakan dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan, definisi operasional dan pengukuran variabel serta metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB 4: ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

Berisikan tentang gambaran umum objek penelitian, analisa data yang meliputi hasil statistik deskriptif, hasil pengujian kualitas data, hasil pengujian hipotesis dan pembahasan dari analisis data.

BAB 5: KESIMPULAN

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