

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Industri kuliner mulai berkembang pesat di Indonesia pada tahun 2016. Berdasarkan data dari Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Republik Indonesia mencatat, subsektor kuliner berkontribusi sebanyak 41,4% dari total kontribusi perekonomian kreatif Rp. 922 triliun pada 2016. Jumlah tersebut merupakan yang paling tinggi dibandingkan 16 subsektor lain di Bekraf RI. Dalam perkembangan industri kuliner, salah satu kota yang mengalami pertumbuhan besar di bidang kuliner adalah Surabaya. Surabaya dikenal sebagai kota terbesar nomor 2 setelah Jakarta dan memiliki julukan sebagai kota pahlawan. Kota yang merupakan Ibukota propinsi Jawa Timur ini memiliki populasi penduduk sekitar 3 juta orang, dengan ini Surabaya telah menjadi kota Metropolitan yang saat ini juga telah menjadi pusat bisnis, perdagangan, industri, dan pendidikan di Indonesia ([www.kompas.com](http://www.kompas.com), diunduh pada tanggal 20 Januari 2019).

Diungkapkan oleh Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (Apkrindo) bahwa pembangunan infrastruktur di sejumlah daerah turut mendorong meningkatnya jumlah restoran di Jawa Timur. Saat ini di Surabaya terdapat sekitar 500-600 restoran kelas menengah ke atas. Sementara secara keseluruhan baik kafe, restoran, maupun depot di segmen menengah ke bawah tercatat ada 2.000 usaha kuliner di Surabaya. Jumlah ini menunjukkan bahwa bisnis kuliner sangat prospektif di Jawa Timur. Di sisi lain, bisnis di sektor makanan dan minuman juga mendukung perkembangan industri properti hotel, mal dan infrastruktur jalan. Setiap tahunnya, rata-rata jumlah restoran, kafe, hingga depot di Jawa Timur tumbuh sekitar 10% ([www.josstoday.com](http://www.josstoday.com), diunduh pada tanggal 12 Februari 2019).

Tren warga Kota Surabaya yang konsumtif dan banyak menyukai kuliner membuat sektor usaha makanan dan restoran menjadi tumbuh pesat tidak hanya di mal, melainkan juga sudah merata di berbagai wilayah di Surabaya. Bisnis kuliner di Surabaya pun beragam jenisnya, antara lain rumah makan cepat saji (*fast food restaurant*), rumah makan keluarga (*family restaurant*), rumah makan formal atau

yang lebih sering dikenal sebagai *fine dining restaurant* yang biasanya terdapat di hotel-hotel berbintang, *café*, *coffee shop*, *pastry and bakery shop*, *pub and bar*, *steak house and pizza*, hingga rumah makan yang menyajikan makanan dengan menu internasional seperti makanan Jepang, Thailand, dan Korea (Serli Wijaya, 2005).

Salah satu bisnis di Surabaya yang berkembang sangat pesat adalah bisnis makanan atau lebih dikenal dengan istilah kuliner. Bisnis makanan di Surabaya berkembang pesat beberapa tahun belakangan, dibuktikan dengan menjamurnya bisnis di bidang makanan mulai dari bisnis makanan skala kecil seperti warung makan kaki lima dan warung-warung tenda di pinggir jalan hingga skala besar seperti depot, restoran, *café*, dan restoran-restoran. Menurut Surya.co.id (diunduh pada tanggal 20 Januari 2019), kinerja industri restoran dan kafe di Surabaya mengalami pertumbuhan yang stagnan sepanjang tahun 2017, sementara pada 2018 Pendapatan Asli Daerah (PAD) kota Surabaya dari sektor restoran ditarget naik 30 persen. Di tahun 2017, catatan *food and beverage* di Surabaya ada yang mengalami penutupan atau gulung tikar. Namun, jumlah tersebut masih bisa ditutupi dengan jumlah usaha di bidang *food and beverage* yang baru buka. Menurut Tribunjatim.com (diunduh pada tanggal 20 Januari 2019), pertumbuhan restoran di Kota Surabaya semakin tinggi dari tahun ke tahun. Rata-rata ada penambahan 200 restoran baru setiap tahunnya yang didirikan di Surabaya. Dengan adanya peningkatan ini, akan membawa dampak yang bagus bagi sektor pendapatan asli daerah Kota Surabaya.

Semakin maraknya ragam dan jenis kuliner yang berkembang di Kota Surabaya, menjadi daya tarik penulis untuk meneliti tentang bisnis kuliner yang difokuskan pada salah satu jenis bisnis kuliner yaitu, rumah makan keluarga (*family restaurant*) yang diberi nama Ayam Bakar Primarasa. Ayam Bakar Primarasa memiliki 5 outlet di Kota Surabaya yang terletak di Jl. Kusuma Bangsa 3A, Jl. Raya Manyar Kertoarjo 68-70, Jl. Raya Kupang Indah, Jl. Ahmad Yani 166, dan Jl. Dr Soetomo no 76. Ayam Bakar Primarasa merupakan salah satu dari sekian banyak restoran keluarga yang berada di Surabaya. Semua outlet Ayam Bakar Primarasa memiliki lokasi yang strategis dan akses yang mudah karena terletak di jalan utama/jalan raya ([www.primarasaresto.com](http://www.primarasaresto.com), diunduh pada tanggal 20 Januari 2019).



**Gambar 1.1: Restoran Ayam Bakar Primarasa Surabaya**

Sumber: [www.primarasaresto.com](http://www.primarasaresto.com) (diunduh pada tanggal 8 Februari 2019)

Ayam Bakar Primarasa menjual makanan dengan resep turun temurun dari Ny. Susanty yang diwujudkan dalam hidangan khas Jawa. Kesegaran bahan baku dan penggunaan bumbu-bumbu berkualitas menjadi salah satu nilai jual dari Ayam Bakar Primarasa. Meski nama restoran ini adalah Ayam Bakar Primarasa, namun restoran ini tidak hanya menyajikan ayam bakar saja. Restoran ini juga menyediakan aneka bakaran dan gorengan, disamping itu ada pepes bandeng tanpa duri, aneka sambel-sambel khas, pesmol, dan juga penyetan yang menjadi menu-menu favorit dari Ayam Bakar Primarasa ([www.primarasaresto.com](http://www.primarasaresto.com), diunduh pada tanggal 20 Januari 2019).

Dari tabel 1.1 terlihat perbandingan tahun buka, jumlah outlet dan range harga pada Restoran ayam bakar di Surabaya. Ayam Bakar Primarasa berdiri pada tahun 1993, memiliki 5 outlet di Surabaya dan memiliki range harga Rp. 12.000 - Rp. 70.000. Ayam Bakar Wong Solo berdiri pada tahun 1992, memiliki 1 outlet di Surabaya dan memiliki range harga Rp. 16.000 – Rp. 60.000. Ayam Bakar Pak “D” berdiri pada tahun 2008, memiliki 12 outlet di Surabaya dan memiliki range harga Rp. 15.000 – Rp. 70.000.

**Tabel 1.1**  
**Perbandingan dari Restoran Ayam Bakar di Surabaya**

No	Nama Restoran	Tahun buka	Outlet di Surabaya	Range harga
1	Ayam Bakar Primarasa	1993	5	Rp. 12.000 – Rp. 70.000
2	Ayam Bakar Wong Solo	1992	1	Rp. 16.000 – Rp. 60.000
3	Ayam Bakar Pak “D”	2008	12	Rp. 15.000 – Rp. 70.000

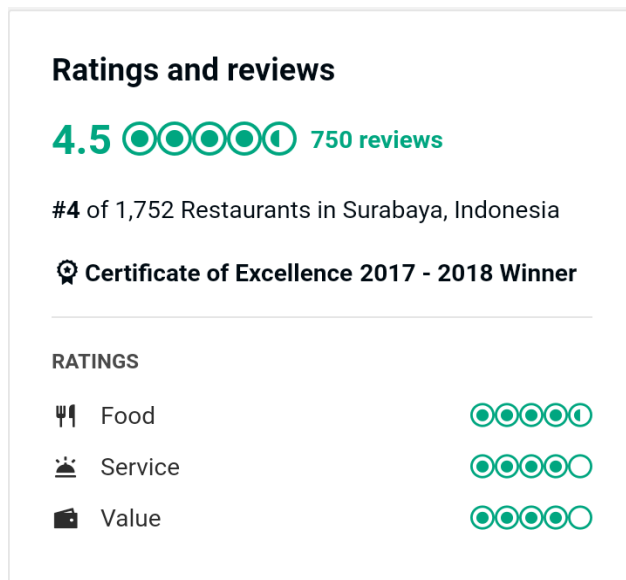
Sumber: data diolah (2019)

Persaingan dari restoran-restoran yang menjual ayam bakar di Surabaya sangat ketat. Sebagai salah satu restoran di Surabaya yang ingin terus bertahan dan semakin berkembang, maka Ayam Bakar Primarasa perlu meningkatkan *customer loyalty*. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi *customer loyalty*. Dalam penelitian ini, adapun faktor-faktor yang diteliti yaitu *interaction quality*, *physical environment quality*, *outcome quality* dan *customer satisfaction* di dalam mempengaruhi *customer loyalty*.

*Customer loyalty* menurut Timm (2001), (Dalam Vanessa Gaffar, 2007) menyatakan bahwa suatu perusahaan penting untuk selalu meningkatkan *customer loyalty*, hal ini dikarenakan *customer loyalty* merupakan susunan dari 5 (lima) elemen penting, yaitu keseluruhan kepuasan pelanggan rendah atau ketidakteraturan dari tingkat kepuasan membatalkan pelanggan bagi perusahaan untuk mendapatkan loyalitas pelanggan, komitmen pelanggan untuk menciptakan pembelian berulang didalam sebuah hubungan dengan perusahaan, keinginan untuk menjadi pembeli ulang, keinginan pelanggan untuk merekomendasikan perusahaan kepada orang lain, dan daya tahan pelanggan untuk berpindah kepada pesaing.

*Customer loyalty* menurut Rizan et al., (2014) adalah loyalitas yang dimiliki konsumen kepada perusahaan yang telah menyediakan barang atau jasa kepada mereka. Ayam Bakar Primarasa memiliki *customer loyalty*, terbukti Ayam Bakar Primarasa telah memiliki 5 outlet di seluruh Surabaya yang berlokasi di Jl. Kusuma Bangsa 3A, Jl. Raya Manyar Kertoarjo 68-70, Jl. Raya Kupang Indah, Jl. Ahmad Yani 166, dan Jl. Dr Soetomo no 76. Hal ini menandakan bahwa Ayam Bakar Primarasa digemari oleh masyarakat yang tinggal di Surabaya ([www.primarasaresto.com](http://www.primarasaresto.com), diunduh pada tanggal 20 Januari 2019).

*Customer satisfaction* menurut Lin et al., (2017) adalah tingkat kepuasan seseorang merasakan keadaan akibat membandingkan suatu produk yang dirasakan kinerja atau kaitannya dengan harapan orang. Ayam Bakar Primarasa memiliki *customer satisfaction* terbukti dari *rating & review* pelanggan Ayam Bakar Primarasa di [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com). *Rating* Ayam Bakar Primarasa di [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com) adalah 4.5 yang menandakan bahwa pelanggan puas terhadap Ayam Bakar Primarasa.



**Gambar 1.2: Rating Ayam Bakar Primarasa Surabaya**  
 Sumber: [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com) (diunduh pada tanggal 1 Februari 2019)

*Interaction quality* sangat berperan penting bagi *customer loyalty*. Menurut Lemke et al., (2011) *interaction quality* mengacu kepada persepsi pelanggan tentang bagaimana pelayanan yang diberikan ketika pelayanan sedang berlangsung. Staff dan pelayan Ayam Bakar Primarasa memiliki *interaction quality* yang baik terbukti dari sikap staff dan pelayan yang ramah dan hangat mulai dari menyambut pelanggan saat tiba di Ayam Bakar Primarasa hingga sigap memberikan menu dan membantu pelanggan yang membutuhkan bantuan.



**Gambar 1.3: Suasana Pelayanan & Ruang Ayam Bakar Primarasa Surabaya**  
 Sumber: [www.primarasaresto.com](http://www.primarasaresto.com) (diunduh pada tanggal 8 Februari 2019)

Lin (2014) mendefinisikan *physical environment* sebagai ruangan (interior desain, pemilihan warna pencahayaan, musik) yang merupakan faktor dalam memberikan kesan pada konsumen. Ayam Bakar Primarasa sendiri memiliki lingkungan restoran yang nyaman dan indah untuk di lihat berlama-lama selama makan di restoran Ayam Bakar Primarasa. Kebersihan lingkungan baik di ruang makan maupun di tempat lain seperti toilet sangat diperhatikan oleh pihak manajemen restoran. Lokasi yang juga ditengah perkotaan dan sangat mudah bagi para pelanggan untuk menjangkau lokasi tersebut.

*Outcome quality* adalah hasil yang mengacu pada hasil transaksi layanan. Ryu et al., dalam Awi & Chaipoopirutana (2014) mengungkapkan bahwa *outcome quality* adalah karakteristik produk yang dapat diterima konsumen. *Outcome quality* dari Ayam Bakar Primarasa bisa dirasakan cukup baik terbukti dari pelayanannya yang cepat sehingga pelanggan tidak lama menunggu untuk mendapatkan meja, kualitas makanan yang baik, higienis, dan sesuai dengan harga yang dibayarkan pelanggan, dan juga menu yang ditawarkan beraneka ragam.



**Gambar 1.4: Makanan dan Menu di Restoran Ayam Bakar Primarasa Surabaya**  
 Sumber: [www.primarasaresto.com](http://www.primarasaresto.com) (diunduh pada tanggal 8 Februari 2019)

Dari pembahasan di atas, dapat terlihat bahwa di tengah persaingan restoran yang saat ini sangat ketat diperlukan pembahasan yang lebih mendalam mengenai Ayam Bakar Primarasa Surabaya untuk dapat terus bertahan di pasar. Oleh karena itu penelitian ini akan meneliti pengaruh variabel *interaction quality*, *physical environment quality*, *outcome quality* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*.

## 1.2 Batasan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti membatasi permasalahan hanya pada loyalitas konsumen terhadap pelayanan di Ayam Bakar Primarasa di Kota Surabaya. Loyalitas konsumen tersebut dipengaruhi oleh kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Kepuasan konsumen terhadap pelayanan tersebut diukur berdasarkan dimensi kualitas pelayanan yaitu kualitas lingkungan fisik (*physical environment quality*), kualitas interaksi (*interaction quality*), dan kualitas hasil (*outcome quality*).

Pengujian terhadap model yang diteliti menggunakan data dari hasil pembagian kuisisioner kepada objek yang diteliti.

Adapun responden yang diteliti adalah sebagai berikut: pria dan wanita yang berdomisili di Surabaya, berusia 18-60 tahun (berdasarkan RBC), dan pernah berbelanja dan mengonsumsi makanan dan minuman di Ayam Bakar Primarasa Surabaya secara langsung minimal 2 kali dalam 3 bulan terakhir.

## 1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *interaction quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Ayam Bakar Primarasa Surabaya?
2. Apakah *physical environment quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Ayam Bakar Primarasa Surabaya?
3. Apakah *outcome quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Ayam Bakar Primarasa Surabaya?

4. Apakah *interaction quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Ayam Bakar Primarasa Surabaya?
5. Apakah *physical environment quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Ayam Bakar Primarasa Surabaya?
6. Apakah *outcome quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Ayam Bakar Primarasa Surabaya?
7. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Ayam Bakar Primarasa Surabaya?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan permasalahan penelitian tersebut, maka tujuan peneliti melakukan penelitian tersebut adalah:

1. Untuk mengetahui apakah *interaction quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Ayam Bakar Primarasa Surabaya.
2. Untuk mengetahui apakah *physical environment quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Ayam Bakar Primarasa Surabaya.
3. Untuk mengetahui apakah *outcome quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Ayam Bakar Primarasa Surabaya.
4. Untuk mengetahui apakah *interaction quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Ayam Bakar Primarasa Surabaya.
5. Untuk mengetahui apakah *physical environment quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Ayam Bakar Primarasa Surabaya.
6. Untuk mengetahui apakah *outcome quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Ayam Bakar Primarasa Surabaya.
7. Untuk mengetahui apakah *customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Ayam Bakar Primarasa 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**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi atau acuan mengenai pengaruh *interaction quality*, *physical environment quality* dan *outcome quality* terhadap *customer loyalty* yang diperoleh melalui *customer satisfaction* pada Ayam Bakar Primarasa.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Untuk menerapkan teori-teori yang telah dipelajari dan diperoleh selama di Perguruan Tinggi dan dibandingkan dengan apa yang dijumpai dalam mengadakan pengamatan langsung di perusahaan.

## **1.6 Sistematika Penelitian**

Dalam mempermudah mengikuti pembahasan penelitian ini, maka disusun organisai penulisan sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar belakang masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta organisasi penulisan.

### **BAB II : KAJIAN / TELAHAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Berisi landasan teori tentang *interactiom quality*, *physical environment quality*, *outcome quality*, *customer satisfaction*, *customer loyalty*, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, model penelitian dan bagan alur berpikir.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Berisi jenis penelitian, populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, metode pengumpulan data, definisi operasional, pengukuran variabel serta metode analisis data.

### **BAB IV : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

Berisi hasil penelitian dalam bentuk table 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.