

BAB I

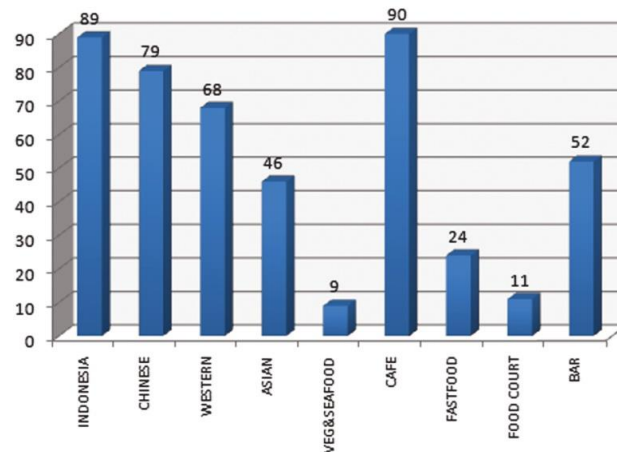
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada tahun 2017, Industri makanan dan minuman akan semakin meningkat. Besarnya industri makanan dan minuman akan menjadi motor penggerak sektor industri dan perekonomian di Indonesia. Menurut Kementerian Perindustrian pada tahun 2017, industri makanan dan minuman memiliki pertumbuhan yang berada dikisaran 8,2 hingga 8,5 persen. Selain itu, menurut Tjahyono Haryono (Apkrindo Cabang Jatim), di tahun 2017 pertumbuhan industri makanan dan minuman bisa lebih tinggi dari yang diproyeksikan pemerintah dikarenakan konsumsi masyarakatnya semakin besar. Persentase yang diberikan pun merupakan perkiraan angka proyeksi yang realistis dikarenakan hal ini dipengaruhi oleh kemampuan pengusaha dan perusahaan sebagai pertimbangan (www.suara.com, diunduh pada tanggal 7 Februari 2017).

Dari perkembangan industri makanan dan minuman ini menjadi peluang bagi pengusaha restoran. Selain itu, hal ini didorong dengan adanya perubahan gaya hidup (*lifestyle*) dan pola makan masyarakat terutama masyarakat kota yang sering makan diluar rumah seperti di rumah makan, cafe, atau restoran baik siang, sore maupun malam hari. Bagi keluarga, restoran adalah tempat yang tepat untuk berkumpul bersama keluarga untuk sekedar melepas penat di akhir pekan. Sedangkan bagi generasi muda di kota besar lebih menyukai makan di luar rumah seperti pusat perbelanjaan, kafe, dan restoran (Kontan, 2009) (www.antarane.ws, diunduh pada tanggal 20 Januari 2017). Selain perubahan gaya hidup yang mendorong masyarakat untuk sering makan di luar rumah, adapun penyebab lain yaitu tingkat stress. Tingkat stres masyarakat Indonesia, terutama di kota-kota besar seperti Surabaya sangatlah besar. Ini disebabkan oleh adanya berbagai tekanan seperti contohnya yang paling besar dan umum tekanan ekonomi, sampai yang paling kecil seperti tekanan sosial (www.kanalsatu.com, diunduh pada tanggal 7 Februari 2017). Oleh karena adanya perubahan gaya hidup dan tingkat stress yang meningkat di kalangan masyarakat, terungkap dari hasil survei

Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (Apkrindo) Jawa Timur pertumbuhan jumlah restoran dari berbagai kelas naik mencapai 15%, seiring dengan percepatan pembangunan infrastruktur di Jawa Timur, terutama di Kota Surabaya (www.kanalsatu.com, diunduh pada tanggal 7 Februari 2017).



Gambar 1.1 Grafik jumlah restoran di Surabaya pada tahun 2012

Sumber: www.parawisatasurabaya.com, 2017

Dengan adanya potensi pasar yang besar inilah, dapat dipastikan bahwa konsumen yang datang akan terus bertambah sehingga membuat usaha kuliner semakin meningkat dari waktu ke waktu (www.tribunnews.com, diunduh pada tanggal 7 Februari 2017).

Salah satu restoran yang tidak hanya menjual dari cita rasa makanan melainkan juga menyusun sebuah konsep yang unik yaitu “Dreams Car Resto & Cafe”. Restoran yang resmi dibuka pada 14 Februari 2010, yang berlokasi di jalan Raya Menganti 68 (Wiyung), memiliki keunikan tersendiri. Semua bagian-bagian di resto ini mulai tempat duduk, meja, hiasan dinding, merupakan bagian dari mobil antik. Restoran ini membuat para pengunjungnya bisa menikmati pengalaman langka, yaitu bersantap di dalam mobil kuno nan antik. Di dalam Dreams Car Resto & Cafe Café and Resto terdapat 10 mobil antik diantaranya mobil Morris tahun 1951, Studebaker keluaran tahun 1949, Chevrolet Impala tahun 1962, dan sebagainya. Restoran ini bisa digunakan untuk orang-orang yang datang bersama dengan kelompok mereka seperti halnya mobil Mercedes-Benz Limousine yang sanggup memuat 20 orang sekaligus. Mobil yang semula hanya

memiliki 4 pintu ini dimodifikasi sehingga pintunya berjumlah 12 buah. Selain itu kita juga dapat melihat keunikan mobil yang lainnya yaitu terdapat mobil yang disulap menjadi akuarium, lengkap dengan kaca dan ikan air tawar di dalamnya (www.dreamcarsresto.com, diunduh pada tanggal 20 Januari 2017).



Gambar 1.2 Dreams Car Resto & Cafetampak dari luar

Sumber : www.google.com,diunduh pada tanggal 20 Januari 2017



Gambar 1.3 Koleksi Mobil yang diletakkan di dalam Dreams Car Resto & Cafe

Sumber : www.google.com, diunduh pada tanggal 20 Januari 2017

Pemilik kafe ini, Bobby Handoyo Gunawan yang merupakan Lulusan jurusan Manajemen di Universitas Surabaya tahun 2006, ide membuat kafe ini sebetulnya sudah ada sejak tahun 2000 silam. Idennya datang dari sang ayah, namun saat itu belum bisa segera diwujudkan karena belum tersedia dana. Seiring berjalannya waktu, setelah dirundingkan kembali dengan kedua orangtuanya, Bobby akhirnya mengantongi izin untuk membuat kafe ini. Di atas lahan milik pribadi, pendirian Dreams Car Resto & Café pun berjalan. Bobby mendesain sendiri konsep interior kafe dan butuh dua bulan untuk mengerjakannya. Interior tambahan yang dibuat agar restoran terlihat lebih menarik seperti membuat ban mobil dijadikan lampu dan agar kesan mewah tetap terjaga, mobil-mobil klasik itu dicat ulang secara oven. Mobil-mobil yang dipajang di Dream Cars sudah dimodifikasi sehingga nyaman digunakan untuk bersantap, mulai dari tempat duduk, meja, kasir, hingga hiasan dinding, merupakan bagian dari mobil antik. Alhasil, para pengunjung terpesona oleh daya tarik ini. Sehingga mayoritas pengunjung yang datang tak mau melewatkan kesempatan untuk berfoto dengan latar mobil-mobil klasik tersebut (www.dreamcarsresto.com, diunduh pada tanggal 20 Januari 2017).



Gambar 1.4 Interior Dreams Car Resto & Café di salah satu sisi ruangan

Sumber : www.google.com, diunduh pada tanggal 20 Januari 2017

Dreams Car Resto & Café memiliki 500 macam menu dalam kategori Indonesia, *Chinnesse food*, *seafood*, dan *steak*. Menu yang jadi favorit pengunjung antara lain steak ikan hiu, lobster yang disajikan bersama knalpot dengan api menyala, dan kepiting tiga rasa. Dream Cars mematok harga Rp 28.000 – Rp 70.000 untuk menu biasa. Sedangkan harga ikan kerapu, kepiting, dan lobster

harganya dihitung per ons. Lobster harganya Rp 67.500/Ons, kepiting Rp 24.000/ons. Keunikan kafe ini tak hanya mengundang warga Surabaya dan sekitarnya saja untuk datang, melainkan juga wisatawan dari jauh termasuk luar Jawa. Selain itu, di kafe ini pengunjung bebas memotret dengan ponsel, tapi dilarang menggunakan kamera atau video. Sebagai gantinya, Dream Cars Restoran menyediakan jasa fotografer, dengan harga Rp 30.000, maka para pengunjung sudah bisa mendapatkan hasil foto dengan ukuran 5R untuk diabadikan (www.dreamcarsresto.com, diunduh pada tanggal 20 Januari 2017).



Gambar 1.5 Makanan di Dreams Car Resto & Cafe

Sumber : www.google.com, diunduh pada tanggal 20 Januari 2017

Kafe ini juga kerap dijadikan lokasi pemotretan untuk pranikah dengan tarif Rp 500.000 per jam. Bahkan Dream Cars juga bisa menyediakan fotografer untuk keperluan tersebut. Tak hanya itu, kafe dua lantai di lahan seluas 1.300 meter persegi ini juga menyediakan *ballroom* untuk meeting atau acara pernikahan.

Pada tahun 2010, Dream Cars Restoran pernah mendapatkan penghargaan “World Record untuk Most Number of Cars on Display in a Restaurant” pada 10 Oktober 2010 (www.dreamcarsresto.com, diunduh pada tanggal 20 Januari 2017).

Tahun 2014, sang pemilik telah membuka cabang Dreams Car Resto & Cafe di dekat bandara Juanda, Surabaya. Berbeda dengan restoran pertama, restoran cabang berkapasitas 100 orang ini bertema Love Exotica dengan konsep interior minimalis dan modern. Mobil yang dipajang pun berwarna cerah seperti pink dan hijau. Keunikan lainnya, misalnya, *velg* dijadikan tempat duduk dan

shock breaker menjadi sandaran kursi (www.dreamcarsresto.com, diunduh pada tanggal 20 Januari 2017).



Gambar 1.6 Cabang Dreams Car Resto & Café (Love Exotica)

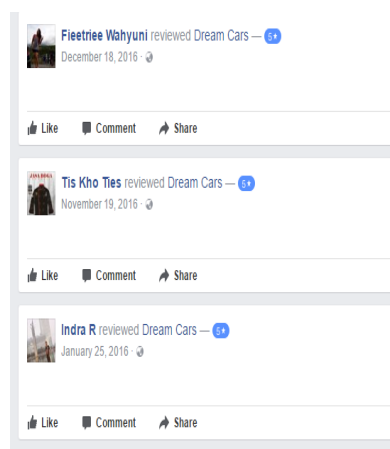
Sumber : www.google.com, diunduh pada tanggal 20 Januari 2017

Berdasarkan dari data dari gambar 1.1, dapat diketahui bahwa peminat makanan Indonesia dan *chinnesse food* sangat besar maka keberadaan di Kota Surabaya. Hal ini juga membuat kompetitor yang ada semakin bertambah seiring dengan ketertarikan konsumen akan Indonesia dan *chinnesse food*. Sehingga sangat menarik untuk Dreams Car Resto & Cafe agar diteliti lebih lanjut karena restoran ini berfokus pada makanan Indonesia dan juga chinnesse, sehingga pentingnya dilakukan penelitian ini.

Definisi *Customer Loyalty* menurut Oliver (1997) yang dikutip oleh Cheng dan Rashid (2013) *Customer Loyalty* merupakan komitmen yang kuat untuk melakukan banyak pembelian berulang dari produk yang dipilih atau menggunakan layanan secara konsisten di masa depan. Pelanggan dikatakan *loyal* apabila melakukan pembelian produk maupun pemakaian layanan secara konsisten dan berulang. Pembeli tidak berhenti pada pembelian yang pertama melainkan melakukan pembelian secara konsisten dan terus menerus dalam jangka waktu yang panjang. Dalam hal ini, terdapat pelanggan dari Dreams Car Resto & Cafe yang berkunjung (*dine in*) setidaknya 2x dalam 6 bulan. Selain itu beberapa dari pelanggan juga mengajak teman-teman beserta sanak saudaranya

untuk datang mengunjungi Dreams Car Resto & Café (Manajer Dreams Car Resto & Cafe, wawancara pada tanggal 31 Januari 2017)

Menurut Walker, et al. (2001) *Customer Satisfaction* dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. Secara umum, *Customer Satisfaction* dapat dikatakan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang dari perbandingan antara produk yang dibeli sesuai atau tidak dengan harapannya. Dalam hal ini, dapat diketahui jika tingkat konsumen dari Dreams Car Resto & Cafe dari waktu ke waktu yang akhirnya berpengaruh pada pendapatan restoran yang meningkat. Selain itu terdapat bukti yang dapat dilihat melalui media sosial mengenai tingkat kepuasan dari para konsumen yang telah mengunjungi Dreams Car Resto & Cafe, dimana para konsumen yang telah berkunjung memberikan tanda bintang dengan angka 5 yang melambangkan tingkat kepuasan mereka terhadap Dreams Car Resto & Cafe (www.facebook.com, diunduh pada tanggal 20 Januari 2017).



Gambar 1.7 Penilaian konsumen Dreams Car Resto & Cafe

Sumber : www.facebook.com, diunduh pada tanggal 20 Januari 2017

Setiadi (2003) berpendapat *Brand Image* mengacu pada skema memori akan sebuah merek, yang berisikan interpretasi konsumen atas atribut, kelebihan, penggunaan, situasi, para pengguna, dan karakteristik pemasar dan/atau karakteristik pembuat dari produk/merek tersebut. *Brand Image* adalah apa yang konsumen pikirkan dan rasakan ketika mendengar atau melihat nama suatu merek.

Berhubungan dengan *Brand Image*, Dreams Car Resto & Cafe mempunyai *Brand Image* sebagai Restoran yang tematik. Hal ini dikarenakan restoran ini dilengkapi dengan beragam mobil klasik didalam maupun diluar restoran. Dreams Car Resto & Cafe telah menjaga citra dari restorannya sebagai restoran yang unik. Hal ini dibuktikan dengan adanya stasiun televisi yang meliput Dreams Car Resto & Cafe dan juga banyaknya artis yang berdatangan di restoran ini (www.facebook.com, diunduh pada tanggal 20 Januari 2017).



Gambar 1.8 Dreams Car Resto & Cafetampak dari luar

Sumber : www.google.com, diunduh pada tanggal 20 Januari 2017



Gambar 1.9 Program kuliner pada stasiun televisi mengenai Dreams Car Resto & Cafe

Sumber : www.facebook.com, diunduh pada tanggal 20 Januari 2017



Gambar 1.10 Artis yang mengunjungi Dreams Car Resto & Cafe

Sumber : www.facebook.com, diunduh pada tanggal 20 Januari 2017

Restaurant Atmosphere adalah suatu karakteristik fisik yang sangat penting bagi setiap bisnis ritel, hal ini berperan sebagai penciptaan suasana yang nyaman sesuai dengan keinginan konsumen dan membuat konsumen ingin berlama-lama berada di dalam toko dan secara tidak langsung merangsang konsumen untuk melakukan pembelian yang merupakan kombinasi dari karakteristik fisik toko seperti arsitektur, tata letak, pencahayaan, pemajangan, warna, temperatur, musik, aroma yang secara menyeluruh akan menciptakan citra dalam benak konsumen (Purwaningsih, 2011). Dalam penelitian ini *Restaurant Atmosphere* dibatasi dengan menggunakan *General Interior* dan *Eksterior*. Dreams Car Resto & Cafe telah menjaga *Restaurant Atmosphere*, hal ini dibuktikan dengan restoran memberikan nuansa tahun 1980 dengan diikuti desain yang klasik seperti adanya mobil-mobil klasik yang dihadirkan didalam maupun luar restoran, tata letak meja kursi pengunjung yang beberapa diantaranya terdapat di dalam mobil klasik, alunan suara musik dari *sound system*, serta warna ruangan yang menarik sehingga menarik perhatian para pengunjung (www.facebook.com, diunduh pada tanggal 20 Januari 2017).

Menurut Tjiptono (2008) *Service Quality* adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Dalam hal ini Dreams Car Resto & Café memberikan pelayanan yang terbaik memperlakukan setiap pengunjung dengan sebaik dan seramah mungkin. Disisi lain, Dreams Car Resto & Café juga mewajibkan para pelayannya untuk menggunakan seragam pada saat jam kerja, seragam yang digunakan bertemakan 'taxi'. Selain itu, Dreams Car Resto & Cafe juga menyediakan sarana untuk memesan tempat melalui telepon yang sudah disediakan pada *website* dan juga menyediakan sarana untuk memberikan kritik dan saran melalui facebook. Sedangkan jika kita berada di restoran tersebut, pemilik restoran juga menyediakan sebuah kotak yang berisikan saran dan kritik untuk restoran (Manajer Dreams Car Resto & Cafe, Bapak Bobby, wawancara pada tanggal 31 Januari 2017).

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) *Food Quality* adalah karakteristik dari produk atau jasa yang pada kemampuannya menanggung janji atau sisipan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan selain itu *Food Quality* merupakan peranan penting dalam keputusan pembelian konsumen, sehingga dapat diketahui bila *Food Quality* meningkat, maka keputusan pembelian akan meningkat juga. Kualitas Makanan yang ditawarkan oleh Dreams Car Resto & Café memiliki kelebihan dibanding dengan resto and cafe lainnya karena di Dreams Car Resto & Café mengusung cita rasa makanan khas Indonesia dan luar negeri yang pas dilidah konsumen Indonesia. Selain itu Dreams Car Resto & Café juga selalu memakai bahan baku yang berkualitas dan juga segar seperti pada bahan baku untuk menu makanan Udang Windu HK Spesial, pihak Dreams Car Resto & Café memilih udang dengan kualitas import yaitu dari kota Lamongan yang memiliki kualitas udang windu no 1 di Jawa Timur. Selain itu *Food Quality* di Dreams Car Resto & Café ini juga sudah terbukti dengan adanya penerimaan penghargaan kategori "Best Chinnesse Restaurant Culinary Awards" (www.dreamcarsresto.com, diunduh pada tanggal 20 Januari 2017).



Gambar 1.11 Sertifikat Best Chinese Restoran & Best New Restaurant

Sumber : www.facebook.com, diunduh pada tanggal 20 Januari 2017

1.2 Batasan Penelitian

Adapun batasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Produk yang akan diteliti ialah produk “Dreams Car Resto & Cafe” di Surabaya. Subjek penelitian ialah pelanggan produk “Dreams Car Resto & Cafe” di Surabaya.
2. Responden berusia 18-65 tahun
3. Penelitian ini memiliki lima variabel, yaitu *Food Quality*, *Service Quality*, *Brand Image*, *Restaurant Atmosphere*, *Customer Loyalty*, dan *Customer Satisfaction*.
4. Penyebaran Kuesioner dilakukan di Dreams Car Resto & Cafe, Surabaya dan pelanggan-pelanggan dari Dreams Car Resto & Cafe, Surabaya.
5. Pengujian terhadap model yang diteliti menggunakan data dari hasil pembagian kuesioner kepada objek yang diteliti.
6. Perhitungan dan hasil kuesioner menggunakan alat bantu software AMOS.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan diatas maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Food Quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada produk Dreams Car Resto & Café di Surabaya?
2. Apakah *Food Quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada produk Dreams Car Resto & Café di Surabaya?
3. Apakah *Service Quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada produk Dreams Car Resto & Café di Surabaya?
4. Apakah *Service Quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada produk Dreams Car Resto & Café di Surabaya?
5. Apakah *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada produk Dreams Car Resto & Café di Surabaya?
6. Apakah *Brand Image* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada produk Dreams Car Resto & Café di Surabaya?
7. Apakah *Brand Image* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada produk Dreams Car Resto & Café di Surabaya?
8. Apakah *Restaurant Atmosphere* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada produk Dreams Car Resto & Café di Surabaya?
9. Apakah *Restaurant Atmosphere* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada produk Dreams Car Resto & Café di Surabaya ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian adalah

1. Untuk mengetahui *Food Quality* berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada produk Dreams Car Resto & Café di Surabaya.
2. Untuk mengetahui *Food Quality* berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada produk Dreams Car Resto & Café di Surabaya.
3. Untuk mengetahui *Service Quality* berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada produk Dreams Car Resto & Café di Surabaya.
4. Untuk mengetahui *Service Quality* berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada produk Dreams Car Resto & Café di Surabaya.
5. Untuk mengetahui *Customer Satisfaction* berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada produk Dreams Car Resto & Cafedi Surabaya.
6. Untuk mengetahui *Brand Image* berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada produk Dreams Car Resto & Café di Surabaya.
7. Untuk mengetahui *Brand Image* berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada produk Dreams Car Resto & Café di Surabaya.
8. Untuk mengetahui *Restaurant Atmosphere* berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada produk Dreams Car Resto & Café di Surabaya.
9. Untuk mengetahui *Restaurant Atmosphere* berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada produk Dreams Car Resto & Café di Surabaya.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang akan dilakukan, diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang bersangkutan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan sebagai informasi atau acuan mengenai penggunaan variabel *Food Quality*, *Service Quality*, *Brand Image*, *Restaurant Atmosphere* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* yang diwakili oleh produk “Dreams Car Resto & Cafe” di Surabaya untuk penelitian selanjutnya. Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi bagi yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai *Pengaruh Food Quality, Service Quality, Brand Image, Restaurant Atmosphere* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction*.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Bagi penulis

Bermanfaat langsung dalam memperluas pandangan serta menambah pengetahuan tentang *Food Quality*, *Service Quality*, *Brand Image*, *Restaurant Atmosphere* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* berkaitan dengan sebuah produk.

2. Bagi perusahaan produsen produk

Diharapkan mampu menjadi bahan masukan dalam membangun *Food Quality*, *Service Quality*, *Brand Image*, *Restaurant Atmosphere* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* yang baik agar mampu mencapai target pasar yang diinginkan.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini disajikan dalam beberapa bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Bab ini berisi tentang ulasan mengenai latar belakang masalah , batasan masalah, rumusan masalah,tujuan penelitian,manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Tujuan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

Bab ini menjelaskan mengenai telaah pustaka dan hipotesis yang menjadi dasar dalam penyusunan proposal. Telaah pustaka dan hipotesis akan dipergunakan sebagai kerangka dasar untuk melakukan analisis dan sebagai dasar pembahasan untuk memberikan konklusi, implikasi dan rekomendasi.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini menguraikan mengenai jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional, dan pengukuran variabel juga metode analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan mengenai tampilan data penelitian yang telah dilakukan beserta pembahasan mengenai hasil penelitian yang diperoleh dari pengumpulan data yang telah dilakukan.

BAB V: Kesimpulan

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, implikasi dari penelitian yang telah dilakukan, dan rekomendasi untuk pembelian selanjutnya.