

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan intensitas persaingan dan banyaknya pesaing mengharuskan pelaku usaha untuk selalu fokus pada kebutuhan dan keinginan pelanggan serta *memenuhi* harapan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang lebih baik dari pesaing (Atmawati & Wahyuddin, 2004). Hal ini dikarenakan pelanggan menjadi semakin pemilih dalam memilih produk mana yang akan digunakan atau (Prayuna & Andjarwati, 2013). Menurut Supranto (2001), kualitas adalah keadaan suatu produk *memenuhi* kebutuhan orang yang menggunakannya, dengan demikian kebutuhan manusia bersifat dinamis, yaitu kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, orang, proses dan lingkungan memenuhi atau melebihi harapan.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Aini (2018) yang menjelaskan bahwa *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*, dan *Customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *repurchase intention*. Kepuasan yang dirasakan pelanggan secara langsung akan memberikan keyakinan kepada pelanggan bahwa perusahaan dapat memenuhi harapannya. Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Surya (2008). Artinya semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan maka semakin puas mereka sehingga memiliki niat yang lebih kuat untuk menggunakan kembali pelayanan tersebut di masa yang akan datang. Menurut Aryani & Rosinta

(2010), banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatkan jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis.

Kualitas restoran diukur menggunakan 11 dimensi yang berkaitan dengan halal, makanan, kebersihan, *Menu* dan kualitas atmosfer, serta jaminan, akurasi, daya tanggap, desain interior, lingkungan eksternal, dan harga. Terlepas dari dimensi-dimensi tersebut, dimensi lain seperti kualitas makanan (rasa, kesegaran makanan, dan jumlah makanan), kebersihan (ruang makan bersih dan staf bersih), daya tanggap (layanan cepat) dan *Menu* (tampilan, variasi, dan pengetahuan barang).

Rotua & Siregar (2015) Menu berfungsi sebagai petunjuk bagi para penyedia makanan atau hidangan, bahkan menjadi panduan bagi mereka yang menikmati hidangan tersebut dibuat. Basyaruddin (dalam Sahir dkk., 2016), sertifikat label halal adalah fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia yang diberikan kepada perusahaan yang mengajukan uji kehalalan produk, pencantuman label halal bertujuan agar konsumen mendapatkan perlindungan kehalalan dan kenyamanan atas pemakaian produk tersebut. Menurut Armstrong & Philip (2012) Kualitas produk adalah karakteristik dari produk dan jasa yang pada kemampuannya menanggung janji atau sisipan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan.

Higienis makanan adalah salah satu usaha pencegahan yang menitik

beratkan kegiatan dan tindakan yang perlu untuk membebaskan makanan dan minuman dari segala bahaya yang dapat mengganggu kesehatan, mulai dari sebelum makanan diproduksi, selama dalam proses pengolahan, penyimpanan, pengangkutan sampai pada saat dimana makanan dan minuman tersebut siap untuk dikonsumsi kepada masyarakat atau konsumen (Prabu, 2008). Menurut Suharno (2003), akurasi adalah keterampilan untuk melaksanakan suatu hal agar tepat saran, sehingga tujuannya tercapai dengan baik.

Nurhayati (2004) memberikan pengertian bahwa desain interior adalah gagasan awal yang diperlukan bagi suatu ruangan atau suatu perencanaan dari bagian dalam suatu bangunan sehingga ruangan tersebut memiliki nilai kehidupan. Menurut Irawan (2005) Harga merupakan jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Lupiyoadi & Hamdani, (2011) mengartikan *responsiveness* (ketanggapan) yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan diatas, maka dari itu tujuan penelitian ini yakni untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan restoran terhadap kepuasan pelanggan di restoran IBC Surabaya.

Menurut data dari Kementerian Perdagangan RI (2020) mengungkapkan nilai ekspor produk F&B Indonesia pada tahun 2021 mencapai USD 33,75 miliar

atau meningkat 19,5% dibandingkan tahun sebelumnya. Selain itu, Indonesia juga merupakan negara penghasil kopi terbesar keempat di dunia, dengan nilai ekspor kopi mencapai USD 1,2 miliar (portal.kominfo.go.id, diunduh pada tanggal 28 Januari 2023).

Industri kuliner juga semakin berkembang, terbukti dengan banyaknya restoran baru yang bermunculan di Indonesia, terutama di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, dan Bali. Selain itu, adanya trend makanan sehat dan organic juga semakin populer di Indonesia, yang mendorong munculnya bisnis-bisnis makanan dan minuman yang fokus pada produk-produk sehat dan organik. F&B atau Food and Beverage adalah sektor industri yang melibatkan produksi, distribusi, dan penjualan makanan dan minuman. Di Indonesia, sektor F&B berkembang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir, terutama dengan munculnya tren makanan sehat dan kebutuhan konsumen yang semakin meningkat terhadap makanan dan minuman berkualitas.

Restoran ikan bakar cianjur (IBC) merupakan restoran yang menyajikan berbagai makanan hasil olahan perikanan yang berlokasi di kota surabaya yang berarti mempunyai banyak pesaing . restoran ini tidak hanya menyajikan makanan hasil olahan perikanan yang enak namun mereka menyadari bahwa perlunya kualitas layanan yang di butuhkan untuk memuaskan para pelanggan sehingga dapat menimbulkan kepuasan terhadap restoran ikan bakar cianjur (IBC). Salah satu pendukung kesuksesan restoran Ikan Bakar Cianjur Surabaya sebagai restoran masakan khas Indonesia adalah konsep pelayanan yang profesional, cepat, tepat dan ramah. Para karyawan dilatih untuk tanggap terhadap kebutuhan

dan keinginan tamu walau dalam keadaan ramai sekalipun. Para karyawan restoran Ikan Bakar Cianjur Surabaya dilatih untuk bekerja secara sigap dan tanggap dengan tujuan mengurangi keluhan tamu akan pelayanan yang lama. Konsep pelayanan ini diimplementasikan dalam bentuk prosedur standar kerja yang diintegrasikan pada semua cabang restoran Ikan Bakar Cianjur. Interior khas Indonesia yang dirancang secara moderen dan anggun menjadi nilai tambah bagi restoran Ikan Bakar Cianjur Surabaya. Dekorasi dan: musik khas nusantara diharapkan mampu memberikan konsumen atmosfer otentik Indonesia selagi konsumen menyantap makanan dan minuman yang disajikan. Restoran Ikan Bakar Cianjur Surabaya juga memiliki kapasitas kursi yang cukup besar dan didukung oleh ruang yang lapang sehingga konsumen tidak perlu berdesak-desakan dan mengantri terlalu lama.

Proses operasional seperti lama penyajian makanan kepada tamu juga menjadi salah satu fokus utama restoran Ikan Bakar Cianjur Surabaya. Dalam tujuannya untuk dapat menyajikan makanan dan minuman dengan cepat kepada konsumen, restoran Ikan Bakar Cianjur Surabaya menggunakan banyak sumber daya manusia sehingga proses operasional dapat berjalan dengan cepat. Kesuksesan restoran Ikan Bakar Cianjur Surabaya sebagai restoran masakan khas Indonesia membuat pebisnis kuliner lain tertarik untuk mengikuti jejaknya. Namun munculnya restoran-restoran pesaing seperti Bumbu Desa, Frangipani, Kapulaga dan restoran-restoran khas masakan Indonesia lainnya tidak membuat bisnis restoran Ikan Bakar Cianjur Surabaya goyah. Terbukti setiap cabang yang dibangun oleh restoran Ikan Bakar Cianjur sejak pertama kali masuk di Surabaya

pada tahun 1997 selalu ramai pengunjung. Ibu Martha selaku restaurant manager mengungkapkan, occupancy restoran Ikan Bakar Cianjur di Surabaya pada hari biasa berada di kisaran 75% – 80%, sedangkan pada akhir minggu atau hari libur dapat mencapai 100%. Pada tahun 2012, restoran Ikan Bakar Cianjur Surabaya meraih penghargaan dalam Surabaya Restaurant Award 2012 sebagai Best Indonesian Restaurant (ibcgroup.co.id, diunduh pada tanggal 1 Februari 2023).

Selain itu, restoran Ikan Bakar Cianjur Surabaya juga menerima penghargaan dari Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia “GEMARIKAN” pada tahun 2009. Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur (IBC) merupakan salah satu rumah makan di Surabaya yang telah menerapkan strategi bauran pemasaran sebagai salah satu strategi bisnisnya. Restoran Ikan Bakar Cianjur berdiri sejak tahun 1989 dari kota Cianjur Jawa Barat, memperkenalkan makanan khas Sunda untuk pertama kalinya kepada masyarakat Indonesia. Dengan keahlian dalam masakan tradisional Indonesia, Ikan Bakar Cianjur terus berinovasi dan mengembangkan gerainya, dan kini telah berkembang menjadi lebih dari 19 gerai dari Jakarta hingga Bali. Di Surabaya, Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur memiliki empat cabang yang berpusat di Jalan Manyar Kertoarjo, salah satu cabang Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur. Saat ini Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur menjadi anggota IBC Group. (ibcgroup.co.id, diunduh pada tanggal 1 Februari 2023).



Gambar 1.1 Menu ikan bakar cianjur
Sumber: PergiKuliner.com

Harga yang ditawarkan oleh restoran Ikan Bakar Cianjur Surabaya kepada pelanggan juga termasuk untuk kalangan menengah. Jika dibandingkan dengan harga yang ditetapkan oleh pesaingnya seperti restoran Primarasa, Jimbaran, dan Dapur Desa, restoran Ikan Bakar Cianjur Surabaya masih memiliki harga yang bersaing sebagai sebuah restoran masakan khas Indonesia yang tidak kalah bagus untuk pelayanannya.

Tidak hanya itu, juga memberikan pelayanan atau service kepada pelanggan untuk *Menumbuhkan* rasa kepercayaan dan kenyamanan pelanggan terhadap restoran tersebut. Oleh karena itu, kualitas sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam memilih restoran. Padahal, salah satu pendukung fundamental kesuksesan Ikan Bakar Cianjur Surabaya sebagai restoran khas Indonesia adalah konsep pelayanan yang profesional, cepat, tepat dan ramah. Staf dilatih untuk menanggapi kebutuhan dan keinginan tamu bahkan saat ramai. Staf restoran Ikan Bakar Cianjur Surabaya dilatih untuk merespon dengan cepat guna

mengurangi keluhan pelanggan atas pelayanan yang lama. Konsep pelayanan ini diimplementasikan dalam bentuk standar prosedur kerja yang terintegrasi di seluruh cabang restoran Ikan Bakar Cianjur.

Kesuksesan restoran Ikan Bakar Cianjur Surabaya sebagai restoran masakan khas Indonesia membuat kompetitor kuliner lain tertarik untuk mengikuti jejaknya. Namun ketika munculnya restoran-restoran pesaing seperti Bumbu Desa, Frangipani, Kapulaga dan restoran-restoran khas masakan Indonesia lainnya itu tidak membuat bisnis restoran Ikan Bakar Cianjur Surabaya menjadi goyah. Terbukti setiap cabang yang dibangun oleh restoran Ikan Bakar Cianjur sejak pertama kali masuk di Surabaya pada tahun 1997 selalu ramai pengunjung. Namun seiring dengan banyaknya kompetitor yang memiliki pelayanan khusus yang mampu menarik perhatian pelanggan.

Dengan banyaknya pesaing yang berlomba-lomba ingin menyaingi restoran satu sama lain maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Seberapa penting kualitas pelayanan bagi kepuasan pelanggan dalam menilai restoran IBC.

Suharno & Sutomo (2010) mengartikan nilai pelanggan sebagai perbandingan antara apa yang mereka dapatkan dari produk dengan apa yang mereka korbankan untuk mendapatkannya. nilai pelanggan bukan semata mata menyangkut kualitas yang tinggi . produk berkualitas tinggi yang hanya di jual dengan harga yang tinggi tidak akan di terima sebagai produk dengan nilai yang tinggi, seperti halnya pelayanan yang asal asalan atau produk berkualitas rendah

yang di jual dengan harga yang rendah juga. Sebaliknya produk yang memiliki nilai pelanggan dan pelayan dengan kualitas yang diharapkan akan di jual dengan harga yang pantas untuk di bayarkan ke konsumen.



Gambar 1.2 layanan service ikan bakar cianjur
Sumber: Tripadvisor.com

Menurut Tjiptono (2008,349) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa kepuasan pelanggan merupakan perasaan dimana produk telah sesuai atau melebihi harapan konsumen (Charles W *et al.*, 2001). Komitmen pelanggan dapat di artikan sebagai sebuah keinginan pelanggan yang berkelanjutan untuk menjaga hubungan yang berharga dengan perusahaan Moorman et al, (1992) komitmen merupakan hasrat atau keinginan kuat untuk mempertahankan dan melanjutkan relasi yang di pandang penting dan bernilai jangka panjang (Tjiptono, 2008:35).

1.2 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah di jelaskan di atas maka batasan

masalah yang ada dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ibc Surabaya
2. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah pria dan wanita dari usia 18 tahun sapai 60 tahun di surabaya serta pernah melakukan pembelian dan makan secara langsung di ikan bakar cianjur (IBC) surabaya dalam waktu 4 bulan terakhir
3. Penelitian ini dilakukan selama periode januari – juni 2023
4. Dilakukan dengan menyebarkan kusioner kepada responden selama mereka makan.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini merupakan Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran IBC Surabaya:

1. Apakah *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap cust satisfaction pada pelanggan IBC di Surabaya?
2. Apakah *Menu* berpengaruh signifikan terhadap cust satisfaction pada pelanggan IBC di Surabaya?
3. Apakah *external environment* berpengaruh signifikan terhadap cust satisfaction pada pelanggan IBC di Surabaya?
4. Apakah *Accuracy* berpengaruh signifikan terhadap cust satisfaction pada pelanggan IBC di Surabaya?

5. Apakah *Food quality* berpengaruh signifikan terhadap cust satisfaction pada pelanggan IBC di Surabaya?
6. Apakah *Responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap cust satisfaction pada pelanggan IBC di Surabaya?
7. Apakah *Hygiene quality* berpengaruh signifikan terhadap cust satisfaction pada pelanggan IBC di Surabaya?
8. Apakah interior design berpengaruh signifikan terhadap cust satisfaction pada pelanggan IBC di Surabaya?
9. Apakah *Halal quality* berpengaruh signifikan terhadap cust satisfaction pada pelanggan IBC di Surabaya?
10. Apakah *atmospheric quality* berpengaruh signifikan terhadap cust satisfaction pada pelanggan IBC di Surabaya?
11. Apakah *Price* berpengaruh signifikan terhadap cust satisfaction pada pelanggan IBC di Surabaya?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan restoran IBC Surabaya

1. Mengetahui pengaruh signifikan *Assurance* terhadap *Customer satisfaction* pada pelanggan di IBC Surabaya
2. Mengetahui pengaruh signifikan *Menu* terhadap *Customer satisfaction* pada pelanggan di IBC Surabaya.
3. Mengetahui pengaruh signifikan *external environment* terhadap

Customer satisfaction pada pelanggan di IBC Surabaya.

4. Mengetahui pengaruh signifikan *Accuracy* terhadap *Customer satisfaction* pada pelanggan di IBC Surabaya.
5. Mengetahui pengaruh signifikan *Food quality* terhadap *Customer satisfaction* pada pelanggan di IBC Surabaya
6. Mengetahui pengaruh signifikan *Responsiveness* terhadap *Customer satisfaction* pada pelanggan di IBC Surabaya.
7. Mengetahui pengaruh signifikan *Hygiene quality* terhadap *Customer satisfaction* pada pelanggan di IBC Surabaya.
8. Mengetahui pengaruh signifikan *Interior design* terhadap *Customer satisfaction* pada pelanggan di IBC Surabaya.
9. Mengetahui pengaruh signifikan *Halal quality* terhadap *Customer satisfaction* pada pelanggan di IBC Surabaya
10. Mengetahui pengaruh signifikan *atmosphiere quality* terhadap *Customer satisfaction* pada pelanggan di IBC Surabaya
11. Mengetahui pengaruh signifikan *Price* terhadap *Customer satisfaction* pada pelanggan di IBC Surabaya.

1.5 Manfaat Penelitian

a. Manfaat bagi peneliti

Peneliti dapat mengetahui kualitas pelayanan sangat mempengaruhi pandangan pelanggan dalam menilai restoran kemudian dapat mengetahui juga mengetahui kualitas dapat mempengaruhi minat

beli pelanggan dan mengetahui cara meningkatkan kualitas pelayanan yang dibutuhkan pelanggan.

b. Manfaat bagi pembaca

Pembaca mendapatkan informasi mengenai kualitas pelayanan sangat mempengaruhi pandangan pelanggan dalam menilai restoran, mengetahui kualitas dapat mempengaruhi minat beli pelanggan dan yang terakhir pembaca juga mengetahui informasi terkait cara meningkatkan kualitas pelayanan yang dibutuhkan pelanggan. Penelitian ini juga berharap dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya di masa depan.

c. Manfaat bagi pemilik restaurant

Penelitian ini dapat merekomendasikan kepada pemilik restoran tentang apa saja yang perlu ditingkatkan dalam kualitas pelayanan terhadap pelanggan. Serta dapat mengetahui apakah kualitas mempengaruhi minat beli pelanggan sehingga pemilik restoran dapat menyaingi lebih unggul daripada competitor.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami penulisan ini, maka penelitian ini dibagi menjadi 3 bab dengan bagian seperti ini:

Bab I: Pendahuluan

Berisi tentang gambaran umum dari permasalahan yang akan dibahas. Dalam pendahuluan ini terdiri dari enam sub bab, yaitu latar belakang masalah,

perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika skripsi.

Bab II: Tinjauan Pustaka dan pengembangan hipotesis

Berisi landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini dan penelitian terdahulu tentang penulisan ini. Serta pengembangan hipotesis dalam penelitian.

Bab III: Metodologi penelitian

Berisi metode penelitian yang mencakup waktu dan lokasi penelitian, jenis dan pendekatan, objek dan subjek penelitian, data dan sumber data, teknik dan pengumpulan data.

Bab IV: Analisis data

Berisi tentang gambaran umum dari objek yaitu restoran IBC Surabaya, analisis data, serta hasil pengujian kualitas data yang telah didapat serta pembahasan dari hasil analisis.

Bab V: Kesimpulan

Berisi tentang simpulan dari hasil penelitian dan rekomendasi untuk mengatasi permasalahan serta berisi saran dan masukan untuk penelitian ini.