

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata menjadi salah satu kunci pertumbuhan ekonomi di Indonesia (Kominfo.go.id, 2015). Potensi pariwisata Indonesia sangat besar dilansir melalui kompas.id bahwa adanya pertumbuhan nilai realisasi investasi dari sektor investasi hotel dan restoran yang mengalami kenaikan cukup signifikan yaitu 9,31% pada tahun 2023 (Andrean & Anggraini, 2018). Selain itu, Menurut *World Travel & Tourism Council* (WTTC), Indonesia menduduki peringkat kesembilan di dunia, peringkat ketiga di Asia, dan peringkat pertama di kawasan Asia Tenggara dalam industri pariwisata (Mediana, 2023).

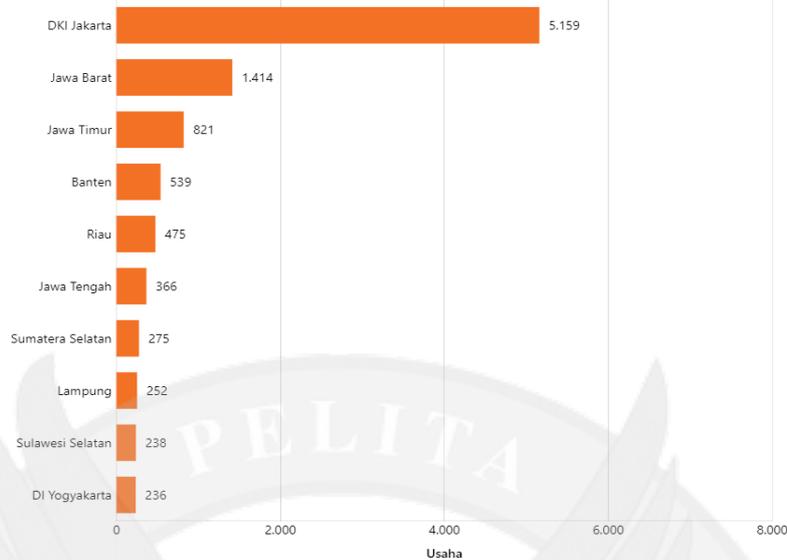
Pertumbuhan pariwisata di Indonesia, berkembang secara strategis dan inovatif untuk mendukung perekonomian nasional dan meningkatkan daya saing dalam sektor pariwisata (Purwowidhu, 2023). Berdasarkan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) Pariwisata Indonesia merupakan salah satu penopang perekonomian nasional dan menjadi penyumbang devisa utama, mencapai 5,0% dari PDB Indonesia pada tahun 2024 yang akan diperkirakan akan meningkat menjadi 9,5-14,3 juta wisatawan dan 1,250 – 1,5 miliar perjalanan (Purwowidhu, 2023). Selain itu, Menurut pernyataan KOMINFO, pemerintah memiliki strategi untuk mempromosikan citra pariwisata Indonesia di kancah internasional, termasuk mengembangkan jenis wisata berbasis budaya lainnya serta meningkatkan merek pariwisata (Kominfo.go.id, 2015).

Pada tahun 2014, rata-rata pengeluaran wisatawan mancanegara setiap kunjungan di Indonesia mencapai 1.183,43 dolar AS, dengan sebagian besar

digunakan untuk akomodasi dan makanan-minuman (sekitar 64,15 persen) (Omega, 2022). Dampak yang dirasakan dari industri pariwisata sangat terasa dan signifikan dalam perekonomian, terutama ketika terkait dengan industri makanan. Keterkaitan yang penting antara kuliner dan sektor pariwisata tidak boleh diabaikan. Setiap tujuan wisata memiliki ragam daya tarik yang berbeda, yang dapat menarik minat pengunjung dari berbagai belahan dunia (Edhy, 2024). Perkembangan industri kuliner di Indonesia menunjukkan potensi yang cerah, terutama dengan pertumbuhan yang pesat dalam jumlah usaha kuliner yang bervariasi, mulai dari skala kecil, menengah, hingga besar. Secara keseluruhan, peningkatan ini hampir mencapai 30% setiap tahunnya (Malik, 2018).

Restoran yang menjadi budaya tarik wisata kuliner, merupakan fasilitas atau struktur yang dibuat dengan tujuan komersial untuk menyediakan makanan dan minuman kepada publik, serta dijalankan dengan manajemen yang profesional (Kumala, 2022). Restoran juga dilengkapi dengan peralatan yang diperlukan untuk melaksanakan berbagai proses, termasuk persiapan, penyimpanan, dan penyajian makanan dan minuman. Berbagai jenis restoran seperti restoran cepat saji, restoran prasmanan, restoran fine dining, dan lainnya membagikan identitas mereka berdasarkan metode mereka dalam menyajikan hidangan (DevantyKumala, 2022).

Gambar 1
Data Jumlah Usaha Pengolahan Makanan dan Minuman



Sumber: Data Badan Pusat Statistik, 2022

Berdasarkan pada gambar 1 menurut data hasil laporan Badan Pusat Statistik (BPS), DKI Jakarta menduduki posisi pertama sebagai provinsi dengan jumlah usaha pengolahan makanan dan minuman terbanyak, mencapai total 5.129 usaha di DKI Jakarta (Dihni, 2022). Diikuti dengan provinsi Jawa Barat yang berada di posisi kedua dengan total 1.414 usaha, serta posisi ketiga yaitu Jawa timur yang memiliki 821 usaha. Terlebih dari itu, total keseluruhan usaha penyedia restoran di Indonesia pada tahun yang sama adalah 11.223, dengan mayoritas berlokasi di pusat perbelanjaan (53,85%), diikuti oleh kawasan industri (11,76%), pusat kuliner (8,11%), dan lokasi lainnya (22,75%).

Setiap restoran, perlu mencari cara untuk mempertahankan dan menarik perhatian pelanggan (Kristanto & Harianto, 2021). Kemudian dalam waktu yang sama, restoran harus memperhatikan kompetitor dan keuntungan yang perlu dicapai. Saat ini pun tidak di pungkiri bahwa kebanyakan customer tidak hanya mencari restoran yang memiliki varian menu yang unik dengan harga masuk akal namun juga menawarkan pengalaman menyenangkan melalui lingkungan dan

layanan yang hangat (Canny, 2014). Sehingga konsep yang perlu dimiliki oleh restoran kini pun menjadi lebih variatif, dimana restoran perlu memprioritaskan pengalaman yang perlu diberikan kepada pelanggan dari segi kualitas makanan hingga kualitas layanan untuk memuaskan ekspektasi dan kebutuhan pelanggan ketika mengunjungi suatu restoran yang dapat menciptakan loyalitas pelanggan dan peningkatan terhadap citra perusahaan (Cheong, 2023).

Kualitas makanan merupakan karakteristik yang membuat makanan dapat diterima oleh konsumen, meliputi ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur dan rasa. Kualitas makanan menjadi prioritas utama yang perlu diperhatikan oleh para pelaku bisnis industri kuliner. Dimana makanan menjadi produk utama yang mereka tawarkan kepada konsumen (Nurasyiah & Ismunandar, 2022). Selain itu, peningkatan kualitas makanan berdampak pada keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan (Pratiwi et al., 2024). Oleh karena itu, kualitas makanan menjadi faktor kunci yang selalu dicari konsumen untuk memuaskan kebutuhan dan harapan mereka terhadap restoran yang mereka pilih.

Kualitas layanan dianggap sebagai tindakan seseorang bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan (Azikri, 2022). Kualitas layanan pun menjadi bentuk penilaian konsumen yang harus diperhatikan dalam memberikan kualitas layanan terbaik dan sesuai ekspektasi pelanggan (Kotler dalam jurnal (Azikri, 2022)). Konsep kualitas layanan melibatkan upaya yang terfokus pada pemenuhan kebutuhan dan persyaratan pelanggan. Dalam pandangan ini, kualitas layanan tidak hanya terbatas pada pemenuhan standar atau kriteria tertentu, tetapi juga mencakup aspek penting lainnya, seperti ketepatan waktu. Dalam artian, suatu layanan dianggap berkualitas jika mampu memberikan

respon atau hasil sesuai dengan harapan pelanggan dan dilakukan dalam waktu yang sesuai. Oleh karena itu, memberikan kualitas layanan yang baik tidak hanya akan meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga membangun loyalitas mereka, meningkatkan penjualan, dan memperkuat kesadaran merek (Koala Plus, 2023).

Dalam menciptakan kepuasan pelanggan, berbagai strategi dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan meliputi pemantauan secara berkala terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan, pengelolaan dan penjagaan kualitas produk dan pelayanan, serta strategi promosi yang baik (Fauziyah et al., 2022). Penelitian ini memberikan hasil terhadap Imperial Kitchen & Dimsum mengenai hal yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan layanan dan kualitas makanan sehingga meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan.

Imperial Group berdiri pada tahun 1993, Imperial Group telah dikenal dengan reputasi unggulannya dalam hal kualitas masakan, layanan yang baik, hidangan lezat, harga terjangkau, dan suasana yang menyenangkan. Sebagai langkah awal, Imperial Group memiliki 11 merek yang salah satunya merupakan restoran Imperial Kitchen & Dimsum. Restoran Imperial Kitchen & Dimsum Mall Kelapa Gading berdiri pada tahun 2022 yang berfokus pada masakan Cina. Restoran Imperial Kitchen & Dimsum pertama kali hadir di Cilandak Town Square.

Saat ini, Imperial Kitchen & Dimsum telah mengoperasikan 130 outlet yang tersebar di wilayah kota-kota besar salah satunya di kota Jakarta yang berlokasi di Mall Kelapa Gading. Restoran ini mengadopsi konsep interior modern yang nyaman dengan suasana rumah dan dapur terbuka, memberikan pengalaman makan yang mirip dengan makan di rumah sendiri. Salah satu produk unggulan dari Imperial Kitchen & Dimsum adalah pilihan dimsumnya. Restoran ini menawarkan

beragam varian dimsum termasuk hakao, siew mai, bakpao isi kuning telur kukus, bakso sapi kukus dengan kulit tahu, bakpao ayam BBQ kukus, dan berbagai pilihan lainnya.

Gambar 2
Rating Google Review



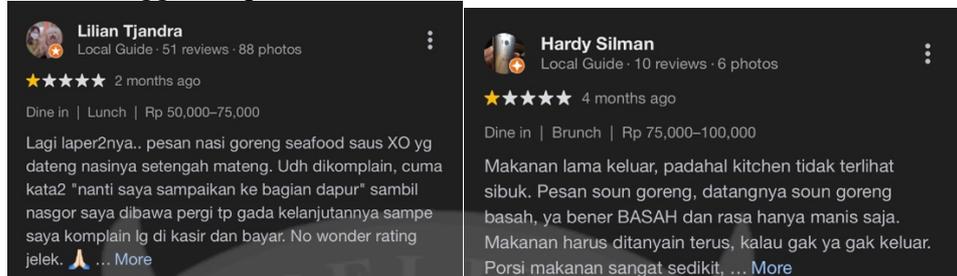
Sumber: Google Review, 2024

Pada gambar 2 menunjukkan rating secara keseluruhan yang didapatkan oleh *Imperial Kitchen & Dimsum, Mall Kelapa Gading* sebesar 2,4. Hal ini mencerminkan gabungan antara ulasan positif dan negatif yang diberikan oleh para pengunjung secara keseluruhan setelah berkunjung ke outlet *Imperial Kitchen & Dimsum, Mall Kelapa Gading*. Rating yang didapatkan menunjukkan bahwa performa yang dimiliki oleh *Imperial Kitchen & Dimsum, Mall Kelapa Gading* cukup rendah berdasarkan pengalaman yang didapat oleh para pengunjung. Dapat disimpulkan juga rating tersebut menunjukkan adanya masalah yang dihadapi oleh outlet *Imperial Kitchen & Dimsum, Mall Kelapa Gading* dari segi kualitas makanan dan layanan yang membuat pengunjung merasa tidak puas secara keseluruhan. Sehingga rating ini membuat citra *Imperial Kitchen & Dimsum* menjadi kurang

baik dan mempengaruhi keputusan para calon pelanggan untuk mengunjungi outlet *Imperial Kitchen & Dimsum, Mall Kelapa Gading*.

Gambar 3

Ulasan Pelanggan Imperial Kitchen & Dimsum terkait kualitas makanan

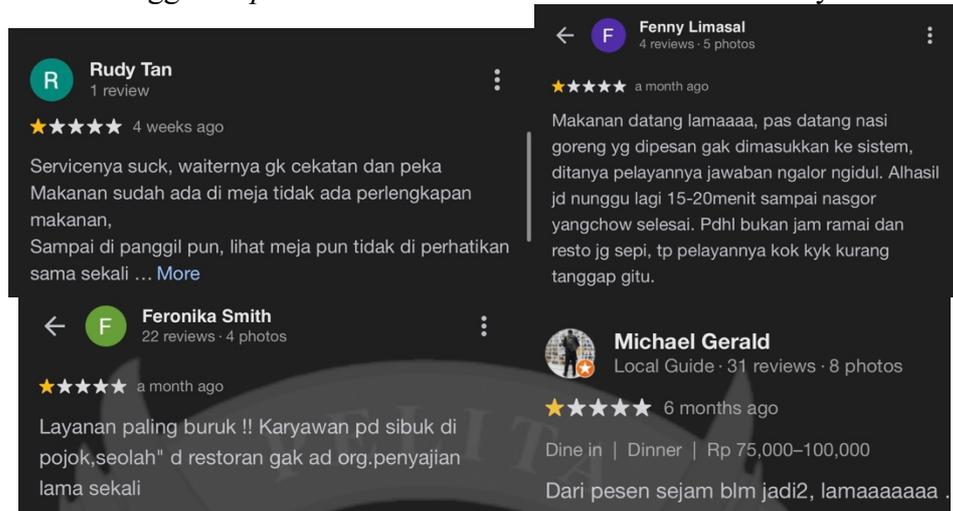


Sumber: Ulasan Google, 2024

Pada gambar 3 menunjukkan bahwa ulasan terhadap pengalaman pelanggan ketika mengunjungi *Imperial Kitchen & Dimsum, Mall Kelapa Gading*. Dari segi kualitas makanan yang dirasakan oleh para pengunjung, mereka merasa sangat tidak puas terhadap makanan yang disajikan oleh *Imperial Kitchen & Dimsum, Mall Kelapa Gading*. Terdapat beberapa kesalahan fatal yang membuat pengalaman pengunjung jadi kurang menyenangkan seperti nasi yang kurang matang yang menunjukkan kekurangan dalam proses memasak dimana permasalahan tersebut merupakan hal yang mendasar dan seharusnya menjadi fondasi dari pengalaman makan yang memuaskan. Kemudian ketidaksesuaian antara nama menu dengan hidangan yang disajikan sehingga membuat pelanggan menjadi merasa bingung dan kecewa. Lalu dari kualitas rasa yang hambar pun menunjukkan kurangnya kemampuan dan kualitas dalam memasak yang tepat sehingga merusak cita rasa makanan yang disajikan. Terlebih dari itu, pelanggan merasa harga yang dibayarkan tidak sebanding dengan kuantitas makanan yang didapat dan pada akhirnya membuat pelanggan merasa tidak puas terhadap *Imperial Kitchen & Dimsum, Mall Kelapa Gading*.

Gambar 4

Ulasan Pelanggan *Imperial Kitchen & Dimsum* terkait kualitas layanan



Sumber: Ulasan Google, 2024

Faktor lainnya yang menjadi masalah bagi *Imperial Kitchen & Dimsum, Mall Kelapa Gading* yaitu dari sisi pelayanan. Pada gambar 4 ulasan pelanggan yang secara keseluruhan menunjukkan pelayanan yang sangat lama sehingga menunjukkan kurang adanya efisiensi waktu dalam menangani pengunjung yang berdatangan ke *Imperial Kitchen & Dimsum, Mall Kelapa Gading*. Selain itu, karyawan yang kurang profesional ketika terdapat pelanggan yang berkunjung memperlihatkan kualitas karyawan yang kurang diedukasikan. Terlebih dari itu, kurang tanggap ketika mendapat komplain dari pelanggan memberikan kesan buruk karena membuat pelanggan merasa terabaikan. Hal tersebut membuat pelanggan secara keseluruhan tidak ragu untuk menyimpulkan ketidakpuasan yang didapatkan secara keseluruhan melalui pengalaman yang didapatkan di *Imperial Kitchen & Dimsum, Mall Kelapa Gading*.

Melihat hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Imperial Kitchen & Dimsum, Mall Kelapa Gading* memiliki masalah dalam kualitas makanan dan layanan yang berdampak negatif terhadap citra merek dan pengalaman pelanggan

yang tidak puas. Hal ini pun membuat pelanggan merasa enggan untuk datang kembali ke *Imperial Kitchen & Dimsum, Mall Kelapa Gading* dan tidak ada kelayaitasan terhadap pelanggan. Maka, diperlukan perbaikan dan improvisasi dalam aspek kualitas makanan dan kualitas layanan agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memunculkan loyalitas bagi pelanggan yang dapat memberikan bisnis keberlanjutan untuk *Imperial Kitchen & Dimsum, Mall Kelapa Gading*.

Munculnya kepuasan pelanggan tentunya dapat memberikan dampak positif serta keberlanjutan bagi perusahaan dalam meningkatkan citra dan produknya kepada masyarakat. Faktor faktor yang mempengaruhi satu sama lain dari Kualitas layanan, Kualitas makanan, ekspektasi pelanggan akan memunculkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, peneliti akan berfokus dalam menganalisis hubungan antara *Service Quality, Food Quality*, terhadap *Customer Satisfaction* dan loyalitas pelanggan *Customer Loyalty*. Dari seluruh latar belakang yang dijabarkan, peneliti mengangkat dengan judul penelitian “Pengaruh *Food Quality* dan *Service Quality* Terhadap *Customer Satisfaction* serta *Customer Loyalty* Di Restoran *Imperial Kitchen & Dimsum, Mall Kelapa Gading*”.

B. Identifikasi Masalah

Imperial Kitchen & Dimsum, Mall Kelapa Gading memiliki rating yang cukup rendah melalui ulasan campuran positif dan negatif dari para pengunjung yang telah mencoba *Imperial Kitchen & Dimsum Mall Kelapa Gading*. *Rating* rendah secara keseluruhan menunjukkan masalah dalam kualitas makanan dan layanan, yang dapat mempengaruhi citra merek dan keputusan calon pelanggan. Berbagai keluhan yang didapatkan oleh *Imperial Kitchen & Dimsum Mall Kelapa*

Gading seperti pelanggan yang mengeluhkan kualitas makanan yang buruk, termasuk nasi kurang matang, hidangan tidak sesuai dengan nama menu, rasa makanan yang hambar, hingga harga dianggap tidak sebanding dengan kuantitas makanan yang didapat. Dari segi pelayanan, terjadi keluhan tentang layanan lambat, kurangnya profesionalisme karyawan, dan tanggapan yang kurang responsif terhadap keluhan pelanggan. Sehingga perbaikan diperlukan dalam aspek kualitas makanan dan layanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas terhadap pelanggan.

C. Pertanyaan Penelitian

1. Apakah terdapat pengaruh *Food Quality* terhadap *Customer Satisfaction* di *Imperial Kitchen & Dimsum Mall Kelapa Gading*?
2. Apakah terdapat pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* di *Imperial Kitchen & Dimsum Mall Kelapa Gading*?
3. Apakah terdapat pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* di *Imperial Kitchen & Dimsum Mall Kelapa Gading*?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *Food Quality* terhadap *Customer Satisfaction* di *Imperial Kitchen & Dimsum Mall Kelapa Gading*.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* di *Imperial Kitchen & Dimsum Mall Kelapa Gading*.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* di *Imperial Kitchen & Dimsum Mall Kelapa Gading*.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori di bidang manajemen layanan dan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian dapat digunakan untuk memperkaya pemahaman tentang hubungan antara *Service Quality*, *Food Quality*, *Customer Satisfaction*, dan *Customer Loyalty* di industri restoran.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian yang diperoleh dari penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga bagi manajemen Restoran *Imperial Kitchen & Dimsum Mall* Kelapa Gading dalam memahami faktor-faktor yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan, lalu manajemen dapat mengidentifikasi area-area yang perlu ditingkatkan dari segi kualitas layanan dan memastikan keberlanjutan bisnis yang sukses. Selain itu, temuan penelitian dapat memberikan dasar untuk pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif dan kebijakan harga yang lebih sesuai dengan harapan pelanggan.

F. Sistematika Penelitian

Terdapat struktur penulisan dalam penelitian ini, yang terdiri dari lima bab dan saling berkaitan yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan

Berisikan tentang latar belakang masalah yang menjadi dasar bagi penulis dalam mengangkat penelitian. Kemudian identifikasi masalah,

pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

2. Bab II Tinjauan Pustaka

Membahas paparan teoritis, hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik penelitian yang dilakukan, perumusan hipotesis penelitian, serta kerangka konseptual penelitian.

3. Bab III Metode Penelitian

Menjabarkan metode yang akan digunakan dalam penelitian ini. Menjelaskan secara rinci terkait gambaran umum objek penelitian, rancangan penelitian, metode penentuan sampel, metode pengumpulan data, pengukuran variabel, serta metode analisis data.

4. Bab IV Hasil dan Pembahasan

Menjelaskan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini berdasarkan hasil olah data yang didapat. Serta terdapat pembahasan melalui analisis terhadap hasil yang telah diperoleh.

5. Bab V Simpulan, Saran, dan Rencana Keberlanjutan penelitian

Menjelaskan simpulan dan saran hasil dari seluruh hasil penelitian yang telah dilakukan. Diikuti dengan Rencana keberlanjutan penelitian/ implikasi manajerial dari penelitian.