

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap Bisnis yang dibuat pada dasarnya ingin mendapatkan keuntungan untuk usahanya bisnisnya. Menurut Afuah (2004) Bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan ada dalam industri. Orang yang mengusahakan uang dan waktunya dengan menanggung resiko dalam menjalankan kegiatan bisnis disebut Entrepreneur.

(<https://www.dosenpendidikan.co.id/pengertian-bisnis-menurut-para-ahli/>)

Bisnis *cafe* di Indonesia terus berkembang pesat sehingga harus diperhatikan sebagai salah satu bisnis yang menguntungkan di era modern ini. Saat ini lebih dari 10.000 *cafe* di Indonesia yang diprediksi masih akan terus bertambah. Pada 2013 sampai 2018, total pendapatan sektor *cafe* diperkirakan meningkat dari USD 3,4 miliar menjadi USD 4,16 miliar. Hal ini disebabkan karena perubahan gaya hidup orang Indonesia yang sudah mulai nongkrong atau rapat di *cafe* sambil minum kopi. *Café* di Indonesia bermacam-macam dari untuk menengah ke bawah sampai untuk menengah ke atas, konsep *café* banyak juga merujuk ke arah *fine dining* yang di tujukan untuk menengah ke atas.

(<https://www.merdeka.com/uang/menjamurnya-bisnis-cafe-di-tanah-air.html>)

Restoran *fine dining* di kota-kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, dan Denpasar sangatlah banyak dan beragam dari konsep maupun tema makanannya. Restoran *fine dining* biasanya memiliki pelanggan yang menengah ke

atas karena harga yang tergolong mahal untuk sebuah makanan. Domicile Kitchen And Lounge adalah salah satu restoran *fine dining* yang terkenal khususnya daerah Surabaya namun Domicile Kitchen And Lounge tidaklah sendiri banyak juga pilihan untuk *fine dining* di daerah Surabaya seperti Sky 36 Restaurant, de Soematra, The Consulate Surabaya dan masih banyak yang lainnya.

(https://www.tripadvisor.co.id/Restaurants-g297715-Surabaya_East_Java_Java.html)

Domicile Kitchen and Lounge Surabaya merupakan restoran yang dibuka pada tanggal 21 Januari 2014 dan beralamat di Jl. Sumatra No 35, Jawa Timur 60281. Restoran Domicile Kitchen & Lounge adalah salah satu restoran *fine dining* yang memiliki rating yang sangat bagus dengan nilai 4 dari 5 dengan perincian di gambar 1.1



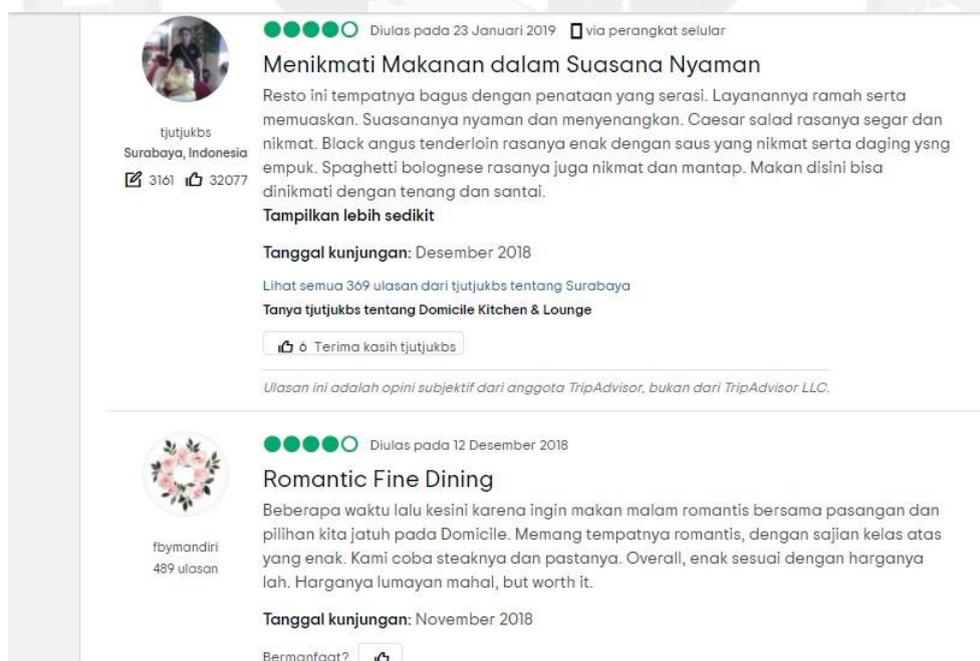
Gambar 1.1 Rating yang diberikan oleh Pelanggan Domicile Kitchen & Lounge di Surabaya

Sumber (<https://www.tripadvisor.co.id>)

Oleh karena itu Domicile Kitchen & Lounge Surabaya menjadi tempat favorit untuk *fine dining* khususnya di Surabaya ini. Untuk bertahan di bidang kuliner yang

semakin banyak pesaingnya dengan cara meningkatkan brand loyalty pelanggan Domicile Kitchen & Lounge di Surabaya. Dalam penelitian ini , adapun faktor – faktor yang diteliti yaitu *food quality*, *service quality*, *atmospharics*, dan *emotion*.

Menurut Hasan (2008) definisi loyalitas pelanggan yaitu orang yang membeli suatu produk atau jasa secara rutin dan berulang-ulang. Bisa di artikan bahwa pelanggan tidak hanya datang sekali saja melainkan datang berulang-ulang kali serta memberikan *review* yang baik serta merekomendasikan tempat yang pelanggan suka ke tempat tersebut. Ini dapat di buktikan bahwa beberapa pelanggan Domicile Kitchen & Lounge di Surabaya sering datang kembali dan menjadi pelanggan tetap Domicile Kitchen & Lounge di Surabaya serta merekomendasikan Domicile Kitchen & Lounge Surabaya sebagai pilihan untuk *fine dining*.



The image shows two TripAdvisor reviews for Domicile Kitchen & Lounge in Surabaya. The first review is by user 'tjutjukbs' (3161 photos, 32077 likes) dated January 23, 2019. The review title is 'Menikmati Makanan dalam Suasana Nyaman' and the text describes the restaurant's atmosphere, service, and food quality, mentioning Caesar salad, Black Angus, and Spaghetti bolognese. The second review is by user 'fbymandiri' (489 reviews) dated December 12, 2018. The review title is 'Romantic Fine Dining' and describes a romantic dinner experience with high-class dishes and a price that is worth it.

Review 1:
User: tjutjukbs (3161 photos, 32077 likes)
Date: Diulas pada 23 Januari 2019
Title: Menikmati Makanan dalam Suasana Nyaman
Text: Resto ini tempatnya bagus dengan penataan yang serasi. Layanannya ramah serta memuaskan. Suasananya nyaman dan menyenangkan. Caesar salad rasanya segar dan nikmat. Black angus tenderloin rasanya enak dengan saus yang nikmat serta daging yang empuk. Spaghetti bolognese rasanya juga nikmat dan mantap. Makan disini bisa dinikmati dengan tenang dan santai.
Date of visit: Tanggal kunjungan: Desember 2018

Review 2:
User: fbymandiri (489 ulasan)
Date: Diulas pada 12 Desember 2018
Title: Romantic Fine Dining
Text: Beberapa waktu lalu kesini karena ingin makan malam romantis bersama pasangan dan pilihan kita jatuh pada Domicile. Memang tempatnya romantis, dengan sajian kelas atas yang enak. Kami coba steaknya dan pastinya. Overall, enak sesuai dengan harganya lah. Harganya lumayan mahal, but worth it.
Date of visit: Tanggal kunjungan: November 2018

Gambar 1.2 : Review dari Pelanggan Domicile Kitchen & Lounge di Surabaya
Sumber : (<https://www.tripadvisor.co.id/>)

Menurut (Rachmawati, 2009) Positive emotion cenderung menghasilkan sikap yang positif bagi konsumen misalnya konsumen menjadi tertarik pada suatu produk atau promosi. Emosi dapat mempengaruhi suasana hati seseorang. Emosi juga menjadi salah satu faktor yang penting dalam pengambilan keputusan oleh konsumen. Emosi dapat dibagi menjadi dua yaitu emosi positif dan emosi negatif. Contoh emosi positif misalnya bahagia, senang, bersemangat, damai. Ini dibuktikan melalui pelanggan yang terlihat senang dan menikmati suasana yang ada di Domicile Kitchen & Lounge di Surabaya. Ini juga bisa dibuktikan dengan review yang diberikan pada gambar 1.2 dimana pelanggan merasa sangat senang berada di Domicile Kitchen & Lounge di Surabaya.



Gambar 1.3 : Makanan di Domicile Kitchen & Lounge di Surabaya
Sumber : (<http://domicile-sby.com/>)

Menurut Potter dan Hotchkiss (2012) *food quality* yaitu karakteristik kualitas makanan yang diterima oleh konsumen termasuk faktor eksternal didalamnya antara lain rasa, konsistensi, ukuran, dan lain sebagainya. Ini adalah salah satu dari banyak menu yang di tawarkan oleh Domicile Kitchen & Lounge di Surabaya seperti gambar 1.3. Tidak hanya enak dalam segi rasa tetapi memiliki daya Tarik visual juga. Dalam *review* di gambar 1.1 bisa dilihat rating untuk makanan

Domicile Kitchen & Lounge di Surabaya punya skor 4 dari 5 ini menunjukkan kepuasan pelanggan terhadap *food quality* yang di berikan Domicile Kitchen & Lounge di Surabaya kepada pelanggan.



Gambar 1.4 : Service Quality Domicile Kitchen & Lounge di Surabaya

Sumber : (<http://www.xiaovee.com/2017/03/domicile-kitchen-lounge-surabaya-review.html>)

Menurut Parasuraman dkk (1985) service quality adalah hasil dari perbandingan antara ekspektasi konsumen dengan kinerja actual layanan. Menurut Suwithi (dalam Anwar,2002) kualitas pelayanan adalah kualitas pelayanan yang diberikan pada pelanggan berdasarkan standar pelayanan. Di Domicile Kitchen & Lounge Surabaya para staf, Waiter/waitress, dan barista memakai kemeja putih, celana kain panjang berwarna hitam dan kain penutup atau biasa disebut *apron* sebagai seragam Di Domicile Kitchen & Lounge Surabaya seperti pada gambar 1.4. Waiter/waitress Di Domicile Kitchen & Lounge Surabaya ramah, sopan dan cepat tanggap. Saat datang ke Domicile Kitchen & Lounge Surabaya akan di sambut lalu diantarkan ke meja lalu pesanan akan di catat, pelanggan cukup menunggu di meja dan tidak berapa lama waiter/waitress akan mengantar pesanan

pelanggan. Waiter/waitress juga berpenampilan rapi dan bersih. Pelayan Domicile Kitchen & Lounge Surabaya cepat dan professional. Secara keseluruhan, kualitas pelayanan di Domicile Kitchen & Lounge Surabaya sangatlah baik.



Gambar 1.5 : Atmospherics di Domicile Kitchen & Lounge Surabaya
Sumber : (www.tripadvisor.com)

Menurut Heung dan Gu (2012) atmospherics sebagai desain ruang untuk mendorong efek emosional spesifik pada pelanggan sehingga kesediaan untuk melakukan pembelian meningkat. Domicile Kitchen & Lounge Surabaya memadukan konsep klasik kontemporer dengan tema *Urban Lifesyle* dan memiliki peran yang sangat penting. Bangunan yang terlihat lebar dan luas ini memiliki gate setinggi kurang lebih 3 meter yang terbuat dari kayu. Saat memasuki Domicile Kitchen & Lounge Surabaya, pelanggan disambut dengan *pastry showcase* serta *coffee corner* dengan suasana industrial dari sisi desain interior bangunan. Suasana industrial didukung dengan penggunaan batu bata sebagai dinding, lampu gantung, pintu kaca, serta keramik yang di gunakan sebagai tempat duduk. Domicile Kitchen & Lounge Surabaya memiliki suasana *outdoor area* dan *indoor area*.

1.2 Batasan Masalah

Adapun Batasan dalam penelitian ini adalah

1. Objek penelitian adalah Domicile Kitchen and Lounge Surabaya.
2. Subjek penelitian adalah konsumen yang telah *fine dining* di Domicile Kitchen And Lounge Surabaya
3. Batasan subjek adalah konsumen yang berusia 18 – 60 tahun yang berdomisili di Surabaya.
4. Variabel yang digunakan *Brand Loyalty, food quality, service quality, atmospherics, emotion.*

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan batasan masalah yang telah ditentukan, maka penelitian ini dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah *food quality* berpengaruh significant terhadap *emotions* pada pelanggan Domicile Kitchen and Lounge Surabaya?
2. Apakah *service quality* berpengaruh significant terhadap *emotions* pada pelanggan Domicile Kitchen and Lounge Surabaya?
3. Apakah *atmospherics* berpengaruh significant terhadap *emotions* pada pelanggan Domicile Kitchen and Lounge Surabaya?
4. Apakah *emotions* berpengaruh significant terhadap *brand loyalty* pada pelanggan Domicile Kitchen and Lounge Surabaya?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas maka tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisa pengaruh signifikan dari *food quality* terhadap *emotions* pada pelanggan Domicile Kitchen And Lounge Surabaya.
2. Untuk menganalisa pengaruh signifikan dari *food quality* terhadap *emotions* pada pelanggan Domicile Kitchen And Lounge Surabaya.
3. Untuk menganalisa pengaruh signifikan dari *atmospherics* terhadap *emotions* pada pelanggan Domicile Kitchen And Lounge Surabaya.
4. Untuk menganalisa pengaruh signifikan dari *emotions* terhadap *brand loyalty* pada pelanggan Domicile Kitchen and Lounge Surabaya.

1.5 Manfaat Penelitian

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

1.5.1 Manfaat teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memberikan kontribusi pada pengembangan pemasaran yang ada khususnya mengenai faktor-faktor *food quality*, *service quality*, *atmospherics*, emotion yang mempengaruhi loyalty serta bagaimana masing-masing teori mempengaruhi satu dengan yang lainnya. Selain itu diharapkan agar hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi penelitian selanjutnya di masa mendatang.

1.5.2 Manfaat praktis

Manfaat praktis yang ingin dicapai dalam penelitian ini untuk beberapa pihak antara lain:

1. Domicile Kitchen And Lounge Surabaya bisa menggunakan penelitian ini sebagai salah satu sumber data untuk mengembangkan *brand loyalty* bagi pelanggan Domicile Kitchen And Lounge Surabaya kedepannya
2. Memberi pengetahuan tambahan untuk pemilik usaha yang serupa supaya lebih memperhatikan kualitas makanan, kualitas layanan, dan fasilitas yang ada sehingga dapat meningkatkan kesan yang baik untuk pelanggan dan nantinya memiliki loyalitas terhadap Domicile Kitchen And Lounge Surabaya

1.6 Sistematika Penulisan

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

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang ulasan mengenai latar belakang masalah, Batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini berisikan tentang uraian dari landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, model penelitian, dan bagan alur berpikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

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

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Berisi gambaran umum tentang objek penelitian, yaitu Restoran Domicile Kitchen And Lounge Surabaya ; analisis data, yang meliputi hasil statistic deskriptif, hasil pengujian kualitas data, hasil pengujian hipotesis seta pembahasan dari hasil analisis data tersebut.

BAB V : KESIMPULAN

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

