

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Salah satu sektor yang terkena dampak dari pandemic Covid-19 adalah industri makanan dan minuman. Dari data badan pusat statistic industri makanan dan minuman ini diperkirakan masih bisa untuk bertahan dalam situasi seperti sekarang dimana industri ini masih tumbuh positif pada triwulan II tahun 2020. Dalam menjaga dan meningkatkan sektor industri makanan dan minuman mampu mempengaruhi perekonomian nasional ke arah yang lebih positif. Cara penting yang dilakukan oleh kemenperin untuk menjaga tren di industri makanan dan minuman yaitu dengan mendorong adanya bahan baku untuk mencukupi kebutuhan manufaktur. Selain itu cara lain yang dapat dilakukan yaitu dengan membuka pusat perbelanjaan dengan tetap menerapkan protokol kesehatan. Pertumbuhan ini bergantung pada patuhnya industri makanan dan minuman pada protokol kesehatan dan harapan akan turunnya kondisi perkembangan dari pandemic Covid-19. Ditengah pandemic Covid-19 industri makanan dan minuman memiliki permintaan yang cukup tinggi, hal ini dikarenakan kebutuhan masyarakat akan makanan dan minuman untuk menjaga daya tahan tubuh. Industri makanan dan minuman memiliki pencapaian yang tinggi dalam ekspor pada sektor manufaktur. (industri.kontan.co.id diunduh pada tanggal 24 Febuari 2021)

Untuk dapat meningkatkan produktivitas dan terciptanya sektor inovasi di sebuah industri dibutuhkan nya teknologi digital dalam proses produksi dengan cara membangun pusat inovasi sehingga produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar domestik dan ekspor. Nilai ekspor industri makanan dan minuman cukup tinggi yaitu USD 13,73 miliar. (inews.id diunduh pada tanggal 24 Febuari 2021)

Sektor ini unggul dalam memasuki pasar internasional meskipun ditengah pandemic Covid-19. Pertumbuhan industri pada makanan dan minuman pada kuartal IV tahun 2020 kembali mengalami peningkatan dibandingkan kuartal III tahun 2020 dengan level 0,66 persen hal ini membuat kemenprin menjadi optimis dalam melihat pertumbuhan industri makanan 2021 dengan perkiraan sebesar 4,49 persen dan industri minuman perkiraan akan tumbuh sebesar 4,39 persen sehingga kemenprin memprediksi industri makanan dan minuman mencapai pertumbuhan 4,44 persen pada tahun 2021. (bisnis.tempo.co diunduh pada tanggal 24 Febuari 2021)

Di Jawa Timur industri makanan dan minuman merupakan salah satu faktor yang sangat berpengaruh besar terhadap perekonomian, oleh karena itu Gubernur Jawa Timur Khofifah tetap mengontrol industry makanan dan minuman di Jawa Timur agar tetap berjalan dengan baik meskipun dalam kondisi pandemic Covid-19 seperti menjaga produktivitas , karyawan dan protokol kesehatan yang sudah diterapkan. Pertumbuhan nilai investasi di Jawa Timur mengalami peningkatan pada awal tahun 2020 sebanyak 59,2 persen, hal ini ditandai dengan banyaknya investor yang masih menanamkan modal di Jawa Timur. Selain itu Khofifah juga meminta para pelaku usaha untuk menangani

Covid-19 dengan menerapkan protokol kesehatan guna memperbaiki perekonomian di Jawa Timur. Perekonomian di Jawa Timur terdampak akibat adanya pandemic Covid-19. (ayosurabaya.com diunduh pada tanggal 24 Februari 2021)

Industri makanan dan minuman masih memiliki kemungkinan dalam kondisi di tahun 2021 maupun kedepannya dikarenakan tidak dikuasainya industri ini dengan perusahaan besar tetapi terbagi-bagi kebeberapa industri lainnya dan industri makanan dan minuman juga dengan mudahnya dipasarkan melalui media social. Industri makanan dan minuman termasuk dalam level desa atau kota, provinsi, regional, nasional maupun skala nasional dimana pemerintah akan berupaya untuk selalu mendorong industri makanan dan minuman serta pemasarannya. Tidak bisa secara bebas dalam menjual makanan dan minuman, pemerintah mengharuskan agar seluruh makanan dan minuman harus memiliki standarisasi dari segi kesehatan maupun kualitas yang diberikan. (jatim.antaranews.com diunduh pada tanggal 24 Februari 2021)

PT Sushi Tei Indonesia pertama kali dibuka pada tahun 2003 di kota Jakarta dimana Sushi Tei merupakan restoran Sushi khas Jepang. Sushi Tei membuka gerai di beberapa kota besar seperti di Bandung, Surabaya, Medan, Bali, Makassar, Yogyakarta, Pekanbaru, Batam, dan Palembang. Sushi Tei memiliki dapur terbuka dengan etalase berjalan sehingga para pengunjung Sushi Tei dapat melihat proses pembuatan makanan dan dapat memilih sushi yang diinginkan selain itu Sushi Tei juga memiliki menu ala carte serta memberikan pengalaman bersantap yang berbeda dimana Sushi Tei juga memperhatikan kualitas makanan

dan layanan yang diberikan. Selain itu Sushi Tei juga menerapkan standar HACCP (Analisis Bahaya dan Titik Kontrol Kritis) agar kepercayaan pelanggan meningkat. Tempat yang nyaman dan makanan yang memiliki banyak variasi serta harga yang masih terjangkau merupakan salah satu alasan mengapa para konsumen berminat untuk mengkonsumsi makanan dari Sushi Tei.(relasio.com diunduh pada tanggal 24 Febuari 2021)

Pemegang franchise Sushi Tei di Surabaya adalah Steven Johnsons Tjan Director PT Boga Makmur Abadi. Restoran Sushi Tei memiliki 300 menu makanan dan minuman dimana setiap tahun menghasilkan 50 persen menu makanan baru dan menu lama dihilangkan dan bahannya berasal dari Jepang sebanyak 80 persen dan 20 persen dari Indonesia seperti sayur, buah dan daging ayam.(suarasurabaya.net diunduh pada tanggal 24 Febuari 2021) Sushi Tei memiliki beberapa kompetitor diantaranya adalah Gengki Sushi, Ichiban Sushi, Kushiro, Okinawa Sushi, Housaku Sushi & Bento, Chirashi Zushi, Tokyo Belly, Peco Peco Sushi dan Sushi Toku.(pergikuliner.com diunduh pada tanggal 24 Febuari 2021)

Pesaing secara langsung dari Sushi Tei Pakuwon Mall yaitu Gengki Sushi Pakuwon Mall yang dimana Gengki sushi merupakan sebuah tempat makan sushi yang didirikan pada tahun 1990 di Jepang yang sudah tersebar di beberapa bagian negara salah satunya di Indonesia. Kelebihan dari Gengki Sushi adalah cara pemesanan menunya tidak menggunakan buku melainkan tablet. Jadi tidak perlu memanggil pelayan, cukup mengklik lalu pesanan datang sendiri ke meja kita diantarkan oleh kereta luncur.

Menurut Potter dan Hotchkiss (2012) *food quality* atau kualitas makanan adalah karakteristik kualitas dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen, seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa.



Gambar 1.1 menu makanan Sushi Tei

Sumber: sushitei.com (diunduh pada tanggal 4 Maret 2021)



Gambar 1.2 menu makanan Sushi Tei

Sumber: sushitei.com (diunduh pada tanggal 04 Maret 2021)

Gambar 1.1 dan gambar 1.2 menunjukkan *food quality* dari Sushi Tei hal ini ditunjukkan bahwa Sushi Tei memiliki banyak varian menu yang terlihat pada gambar diatas diantaranya adalah sushi roll, sashimi, ala carte menu, main course, beverages.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012) *price* atau harga dapat didefenisikan secara sempit sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa. Atau dapat didefenisikan secara luas harga sebagai jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki dan menggunakan produk atau jasa yang memungkinkan perusahaan mendapatkan laba yang wajar dengan cara dibayar untuk nilai pelanggan yang diciptakannya.



Gambar 1.3 Pembayaran Sushi Tei

Sumber: facebook Sushi Tei Indonesia (diunduh pada tanggal 04 maret 2021)

Gambar 1.3 menunjukkan berbagai cara pembayaran yang sediakan oleh Sushi Tei diantaranya adalah cash, debit card, credit card dan gopay. Hal ini

membuktikan bahwa Sushi Tei memberikan kemudahan dalam sistem pembayaran kepada para konsumennya.

Menurut Mowen dan Minor (2002) *location dan environment* lingkungan toko mempengaruhi persepsi konsumen melalui mekanisme sensor penglihatan, pendengaran, penciuman, dan bahkan sentuhan. Lingkungan sangat penting bagi para pengusaha; mungkin tugasnya yang paling penting adalah mengelola lingkungan toko sehingga dapat mempengaruhi perilaku, sikap, dan keyakinan konsumen ke arah yang diinginkan.



Gambar 1.4 Tempat makan Sushi Tei

Sumber: google.com (diunduh pada tanggal 04 Maret 2021)

Gambar 1.4 menunjukkan bahwa Sushi Tei memiliki *location* dan *environment* yang cukup baik hal ini bisa terlihat dari gambar yang menunjukkan keadaan tempat makan yang rapih, bersih dan nyaman.

Roderick, James dan Gregory (2008) yang menyatakan bahwa *service quality* adalah tingkat ukuran atas kualitas pelayanan yang diasumsikan berhubungan dengan perkembangan harga.

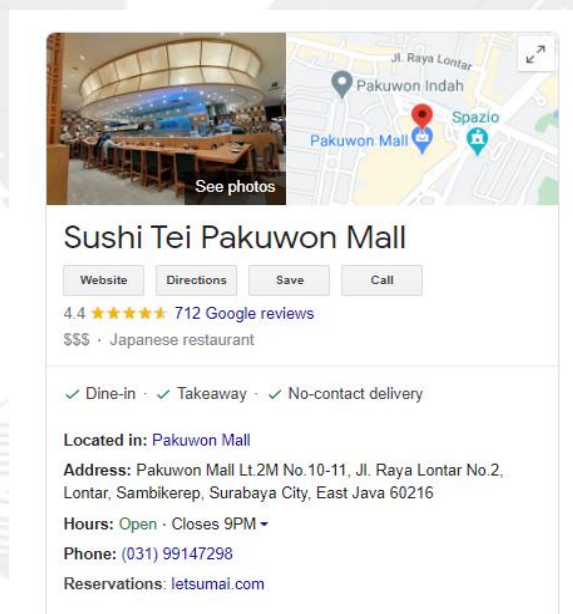


Gambar 1.5 Karyawan Sushi Tei dengan pelanggan.

Sumber: instagram Sushi Tei @sushiteisurabaya (diunduh pada tanggal 04 Februari 2021)

Gambar 1.5 menunjukkan bahwa *service quality* dari Sushi Tei cukup baik, dari gambar tersebut dapat dilihat bahwa karyawan Sushi Tei telah memberikan pelayanan yang ramah terhadap pelanggannya.

Menurut Kotler (2009) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Tapi, jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas dan senang. Jika kinerja yang dirasakan di bawah harapan, pelanggan tersebut akan merasa dikecewakan, jika kinerja memenuhi harapan pelanggan, pelanggan akan merasa puas, sedangkan jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas. Kepuasan ini tentu akan dapat dirasakan setelah pelanggan yang bersangkutan mengkonsumsi produk tersebut.

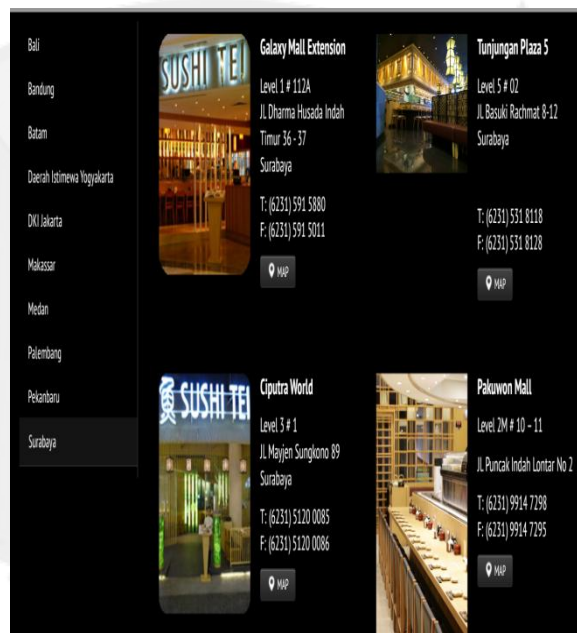


Gambar 1.6 Rating Sushi Tei Pakuwon Mall

Sumber: google.com (diunduh pada tanggal 04 Maret 2021)

Gambar 1.6 menunjukkan bahwa rating yang didapatkan oleh Sushi Tei Pakuwon Mall. Hal ini memberitahukan bahwa customer satisfaction yang dimiliki oleh Sushi Tei cukup baik.

Menurut Berry dalam Tjiptono (2005), (Dalam Rofiq, 2009) menyatakan loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) dapat didefinisikan sebagai respon yang terkait erat dengan ikrar atau janji untuk memegang teguh komitmen yang mendasari keberlanjutan relasi, dan biasanya tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.



Gambar 1.7 Lokasi Sushi Tei di Indonesia

Sumber: sushitei.co.id (diunduh pada tanggal 04 Maret 2021)

Gambar 1.7 menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan yang dimiliki Sushi Tei cukup tinggi hal ini dapat dilihat dari banyaknya jumlah gerai Sushi Tei yang tersebar di Indonesia. Selain di Surabaya Sushi Tei juga memiliki cabang di Bali, Bandung, Batam, Daerah Istimewa Yogyakarta, Jakarta, Makassar, Medan, Palembang dan Pekanbaru.

1.2 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini meneliti tentang pengaruh *Food Quality, Price, Location and Environment, Service Quality, Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* pada pelanggan Sushi Tei di Pakuwon Mall Surabaya.
2. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah pria maupun wanita dengan rentang usia 18-60 tahun dengan karakteristik: berdomisili di Surabaya, pernah melakukan pembelian dan konsumsi di tempat minimal 2 kali dalam kurun waktu 2 tahun terakhir di gerai Sushi Tei Pakuwon Mall di Surabaya.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah yang telah diuraikan maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Food Quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Sushi Tei Pakuwon Mall di Surabaya?
2. Apakah *Price* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Sushi Tei Pakuwon Mall di Surabaya?
3. Apakah *Location and Environment* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Sushi Tei Pakuwon Mall di Surabaya?

4. Apakah *Service Quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Sushi Tei Pakuwon Mall di Surabaya?
5. Apakah *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada pelanggan Sushi Tei Pakuwon Mall di Surabaya?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan maka tujuan penelitian pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari *Food Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Sushi Tei Pakuwon Mall di Surabaya.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari *Price* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Sushi Tei Pakuwon Mall di Surabaya.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari *Location and Environment* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Sushi Tei Pakuwon Mall di Surabaya.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Sushi Tei Pakuwon Mall di Surabaya.

5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* pada pelanggan Sushi Tei Pakuwon Mall di Surabaya.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan maka manfaat penelitian pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memberikan kontribusi pada pengembangan teori dan penelitian pemasaran, khususnya mengenai pengaruh *Food Quality, Price, Location and Environment, Service Quality, Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty*. Selain itu hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai acuan bagi penelitian selanjutnya dimasa yang akan datang.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Bermanfaat secara langsung dalam memperluas pandangan serta menambah pengetahuan penulis tentang pengaruh *Food Quality, Price, Location and Environment, Service Quality, Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty*. khususnya dalam industri makanan dan minuman. bagi Sushi Tei Pakuwon Mall di Surabaya.

2. Diharapkan mampu menjadi bahan masukan dalam merumuskan strategi sehubungan dengan pengaruh *Food Quality, Price, Location and Environment, Service Quality, Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty*.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian yang terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis, dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

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

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel, dan metode analisis data.

BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

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

BAB V: PEMBAHASAN

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

