

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Food and Beverage (F&B) atau yang biasa disebut industri makanan dan minuman terus berkembang secara positif dalam waktu beberapa tahun terakhir. Walaupun di masa sekarang terdapat pandemi Covid 19 tidak menjadikan ini sebuah kendala dan bahkan dapat update mengikuti perkembangan jaman dan perkembangan teknologi. Hal ini dikarenakan industri F&B sangat mempunyai daya tarik yang kuat karena pasar market di Indonesia yang sangat besar. Inilah yang menjadikan alasan peluang bisnis F&B sangat menjanjikan untuk dilakukan. Sampai saat ini sektor industry F&B masih amat sangat mendominasi pangsa pasar di Indonesia. Dapat kita lihat dari semakin banyaknya kemitraan dan franchise yang muncul dari sektor ini, baik dari produk lama dan sampai ke produk baru yang meluncurkan inovasi inovasi yang baru. Ini berarti bisnis kuliner masih pada peringkat teratas dan masih amat sangat dapat respon baik dan positif dari pasar masyarakat. Lepas dari semua itu bagaimanapun juga sebuah bisnis yang di kembangkan melalui sebuah trend memang pasti terdapat konsekuensi di dalamnya. Tidak lupa tren teknologi di industry ini juga amat sangat menarik. Pandemi ini sangat berdampak dan berpengaruh tentunya tidak hanya pada sektor industry ini namun berdampak pada semua sektor. Pemanfaatan teknologi merupakan sebuah solusi tepat bagi pelaku bisnis F&B agar bisa tetap bertahan di tengah pandemic ini. Dalam peran nya pemanfaatan teknologi saat ini

tak hanya membantu dalam urusan secara intern saja namun dapat secara ekstern. Tidak berlebihan jika kita mengatakan bahwa untuk saat ini sektor industry F&B amat sangat berpeluang dan menguntungkan. Jika di kalkulasikan ini sangat berpotensi profitable dalam segala aspek (<https://linovhr.com>, diunduh pada 15 Maret 2022).

Makanan berupa mie sangat di gemari masyarakat karena dapat menggantikan peran nasi dalam pola makan masyarakat sebagai karbohidrat. Bakmi GM atau yang di induki oleh PT Griya Miesejati adalah ikon restoran bakmi di Jakarta. Bakmi GM ini yang dulunya bernama bakmi Gajah Mada berdiri pada tahun 1959 dan didirikan oleh sepasang suami istri Bapak Tjhai Sioe dan Ibu Loei Kwai Fong. Yang dimana cabang pertama mereka ada di melawai pada 1971. Lalu kini Bakmi GM sudah memiliki outlet cabang yang tersebar di Jabodetabek, Bandung, dan Surabaya. Dengan pengalaman yang sudah ada lebih dari 50 tahun kini Bakmi GM melayani lebih dari 30.000 pelanggan per hari. Target pasar Bakmi GM yaitu beragam lapisan kalangan dari tua-muda, dan profesi pelajar dan mahasiswa. Ini dilakukan sebagai komitmen untuk memberikan yang terbaik kepada para pelanggannya, tentu Bakmi GM akan meningkatkan kualitas dan kuantitas layanannya. Restoran atau outlet Bakmi GM dapat Ditemukan di berbagai lokasi, mulai dari lokasi perumahan, daerah perkantoran, hingga pusat perbelanjaan, dan seluruh cabang itu di disain agar memberikan kesan nyaman yang tidak dapat di temukan di tempat makan bakmi lain. Dedikasi dan keenerjikan merupakan sifat utama yang membangun 1.200 staff yang tergabung dalam tim pelayanan Bakmi GM, oleh sebab itu memberikan

pelayanan yang terbaik bagi seluruh pelanggan Bakmi GM adalah tujuan utamanya (<https://bakmigm.com/about-us>, diunduh pada 15 Maret 2022).



Gambar 1. 1 Gambar Bakmi GM
 Sumber: bakmigm.com (diunduh pada 15 Maret 2022)

Walaupun sudah lama berdiri, Bakmi GM tidak luput dari juga tidak luput dari persaingan ketat di industri F&B.

| Perusahaan | Tahun Berdiri | Jumlah Outlet | Jenis Makanan | Harga |
|------------|---------------|---------------|---------------|------------------------|
| Bakmi GM | 1959 | 70 | Restoran Mie | Rp 10.000 – Rp 50.000 |
| Bakmi Naga | 1979 | 60 | Restoran Mie | Rp 35.000 – Rp 100.000 |

Tabel 1. 1 Perbandingan Bakmi GM dan Bakmi Naga

Sumber: Google.com (diunduh pada 15 Maret 2022)

Loyalitas adalah sikap senang terhadap suatu merek dengan melakukan pembelian berulang sepanjang waktu (Sutisna 2013). Kepuasan pelanggan bukan lah satu satunya hal yang paling utama serta mereka yang hanya berfokus di dalam nya dapat memiliki resiko dan gagal membedakan dengan pesaing nya. Oleh karena itu jika ingin mendapatkan keberhasilan untuk kedepan nya maka sebuah perusahaan harus mencari kesetiaan dan loyalitas pelanggan yang sangat kuat dan erat guna untuk mencegah pro pesaing / competitor. Membangun rasa

loyalitas di antara pelanggan dan konsumen amat sangat membantu perusahaan agar meningkatkan pembelian produk yang sudah ada dan semakin meningkat kedepannya. Pelanggan yang loyal selalu melakukan pembelian ulang/repeat order, yang pada gilirannya menjamin aliran pendapatan bagi perusahaan, memiliki kecenderungan membeli lebih banyak, mau membayar dengan harga yang jauh lebih mahal jika ada kenaikan harga, yang akan berdampak secara langsung kepada keuntungan yang akan diperoleh perusahaan kedepannya (Drake, 1998 dalam Sukmawati, 2011). Dapat dilihat dari gambar di bawah bahwa Bakmi GM yang sudah ada dari tahun 1959 tidak hanya menjadi brand makanan biasa namun bisa dikatakan menjadi penduduk tertinggi pangsa makanan dalam sektor mie. Yang dimana mendapatkan penghargaan sebagai Top Brand Award dalam kategori restoran mie. Lalu pada kesempatan berikutnya Bakmi GM dinobatkan sebagai Best Fast Food Restaurant pada tahun 2013 yang sudah tidak dapat diragukan lagi performa Bakmi GM di sektor restoran mie (<https://bakmigm.com/reward>, diunduh pada 16 Maret 2022)



Gambar 1. 2 Top Brand Award Bakmi GM

Sumber : [https : BakmiGM.com/award](https://BakmiGM.com/award) (diunduh pada tanggal 9 April 2022)



BEST FAST FOOD RESTAURANT

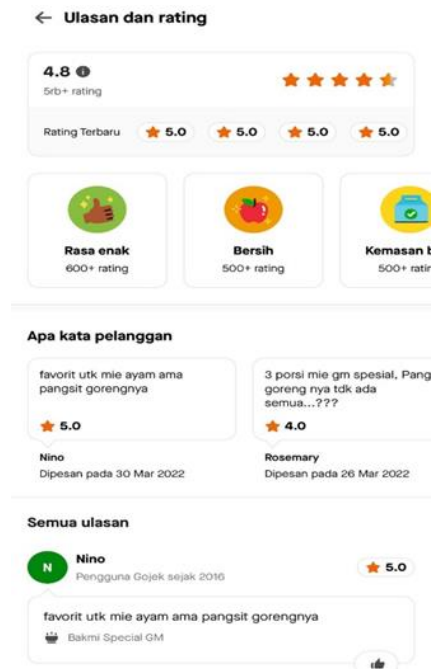
WINNER

BAKMI GM

Gambar 1. 3 Best Fast Food Restaurant Bakmi GM

Sumber : [https : google.com](https://google.com) (d unduh pada tanggal 9 April 2022)

Menurut Kottler (2002) kepuasan adalah tingkat keadaan yang dialami dan dirasakan seseorang yang menjadi hasil dari perbandingan produk yang dirasakan dengan harapan yang ada pada pelanggan. Dapat dilihat dari gambar di bawah bahwa di aplikasi pesan makan online yang besar pun seperti Gofood banyak para pelanggan dan customer memberikan penilaian yang bisa dikatakan hamper sempurna yaitu 4.8/5.0 Itulah salah satu bukti bahwa Bakmi GM mengutamakan kepuasan pelanggan.



Gambar 1. 4 Bukti raiting Bakmi GM di Gofood

Sumber : Aplikasi GoFood (diunduh pada tanggal 9 April 2022)

Service Quality menurut Farida dan Mardikawati (2013) menyatakan

bahwa ukuran seberapa baik suatu layanan menemui kecocokan dengan harapan pelanggan. Dapat kita lihat pada gambar di bawah bahwa cara pelayanan Bakmi GM melayani konsumen dengan amat sangat baik, ramah dan tentunya selalu menerapkan protocol kesehatan yaitu meggunakan masker.



Gambar 1. 5 Kualitas Pelayanan Bakmi GM

Sumber: https://www.instagram.com/bakmi_gm (diunduh pada tanggal 9 April 2022)

Social enjoyment mempunyai arti sebagai manfaat yang dirasakan pengguna ketika mereka terhubung dengan orang lain dengan menggunakan produk tersebut (Deng et al. 2010). Dari gambar di bawah terlihat bahwa pelanggan tampak sangat menikmati dan enjoy saat menyantap Bakmi GM.



Gambar 1. 6 Social Enjoyment

Sumber : [https : Instagram.com](https://www.instagram.com) (diunduh pada tanggal 9 April 2022)

Menurut Retno (2002) Cleaness merupakan faktor kebersihan lingkungan dan restoran yang merupakan upaya yang dilakukan guna pencegahan penyakit dan menjaga kesehatan lingkungan hidup baik bagi individu dan kelompok. Apalagi dimasa yang sekarang ini masa pandemic kebersihan dan protocol kesehatan ialah hal yang amat diutamakan semua orang. Tentu nya setiap tempat harus menerapkan protocol kesehatan yang sesuai dan yang telah di tetapkan oleh pemerintah. Dapat dilihat pada gambar di bawah bahwa kebersihan adalah hal paling utama yang diterapkan oleh Bakmi GM.



Gambar 1. 7 Kebersihan Lingkungan di Outlet Bakmi GM

Sumber : [https : Google.com](https://www.google.com) (diunduh pada tanggal 2022)

Menurut Norman (2004) aesthetics adalah daya tarik visual yang melekat pada suatu produk yang mengarah pada kegunaan dan pengalaman pengguna yang lebih baik. Gambar di bawah membuktikan bahwa restoran outlet Bakmi GM yang ada di mall pusat perbelanjaan yang bernuansa estetik dengan penataan meja kursi yang sedemikian rupa membuat para pelanggan mendapatkan kenyamanan yang lebih di dalamnya. Inilah yang menjadi nilai plus Bakmi GM selain dengan kualitas produknya yang diutamakan.



Gambar 1. 8 Keindahan Outlet Bakmi GM dalam segi dekorasi

Sumber : [https : Google.com](https://www.google.com) (diunduh pada tanggal 10 April 2022)

Menurut Kotler dan Armstrong (2013), cost/biaya adalah sejumlah uang yang dibebankan dan dilakukan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat – manfaat karena memiliki atau

menggunakan produk atau jasa tersebut. Pada gambar di bawah merupakan poster menu harga dan juga promo Bakmi GM. Dapat dikatakan bahwa harga yang sesuai dengan target pasar mereka yang dimana harga sesuai dengan kualitas produk, pelayanan, dan tempat.



Gambar 1. 9 Menu Harga dan Promo Bakmi GM

Sumber : [https : Google.com](https://www.google.com) (diunduh pada tanggal 10 April 2022)

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka penelitian ini mengambil judul *PENGARUH SERVICE QUALITY, SOCIAL ENJOYMENT, CLEANESS, AESTHETIC, DAN COST TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DALAM MEMBENTUK CUSTOMER LOYALTY PADA PELANGGAN BAKMI GM TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA.*

1.2 Batasan Masalah

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh service quality, social enjoyment, cleanness, aesthetic, dan cost terhadap customer satisfaction dalam membentuk customer loyalty pada pelanggan Bakmi GM di Surabaya. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dan informasi terbatas pada konsumen/pelanggan pria dan wanita yang berdomisili di Surabaya, berusia 18-60

tahun, yang dimana usia tersebut merupakan masa dewasa dini (Kotler dan Amstrong, 2010) yang pernah makan di restoran Bakmi GM Tunjungan Plaza Surabaya minimal 2-3 kali dalam 1 tahun terakhir.

1.3 Rumusan Masalah

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

1. Apakah service quality berpengaruh signifikan terhadap customer satisfaction pada pelanggan Bakmi GM Tunjungan Plaza Surabaya?
2. Apakah social enjoyment berpengaruh signifikan terhadap customer satisfaction pada pelanggan Bakmi GM Tunjungan Plaza Surabaya?
3. Apakah cleanness berpengaruh signifikan terhadap customer satisfaction pada pelanggan Bakmi GM Tunjungan Surabaya?
4. Apakah aesthetic berpengaruh signifikan terhadap customer satisfaction pada pelanggan Bakmi GM Tunjungan Plaza Surabaya?
5. Apakah cost berpengaruh signifikan terhadap customer satisfaction pada pelanggan Bakmi GM Tunjungan Plaza Surabaya?
6. Apakah customer satisfaction berpengaruh signifikan terhadap customer loyalty pada pelanggan Bakmi GM Tunjungan Plaza Surabaya?

1.4 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk menganalisis pengaruh dari service quality terhadap customer satisfaction pada pelanggan Bakmi GM Tunjungan Plaza Surabaya
2. Untuk menganalisis pengaruh dari social enjoyment terhadap customer satisfaction pada pelanggan Bakmi GM Tunjungan Plaza Surabaya
3. Untuk menganalisis pengaruh dari cleanness terhadap customer satisfaction pada pelanggan Bakmi GM Tunjungan Surabaya
4. Untuk menganalisis pengaruh dari aesthetic terhadap customer satisfaction pada pelanggan Bakmi GM Tunjungan Plaza Surabaya
5. Untuk menganalisis pengaruh dari cost terhadap customer satisfaction pada pelanggan Bakmi GM Tunjungan Plaza Surabaya
6. Untuk menganalisis pengaruh dari customer satisfaction terhadap customer loyalty pada pelanggan Bakmi GM Tunjungan Plaza 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

Manfaat teoritis yang dapat diambil dalam penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Bagi Akademik

Sebagai bahan referensi di Perpustakaan Universitas Pelita Harapan Surabaya yang nantinya dapat berguna bagi penulis selanjutnya.

2. Manfaat bagi penulis

Agar dapat menunjang bahan kajian dengan membandingkan teori dengan kejadian yang ada di lapangan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Memberikan sumbangan berupa masukan dari hasil penelitian ini kepada pihak manajemen perusahaan agar dapat menjaga satisfaction dan hal lainnya yang bisa dikembangkan untuk meningkatkan loyalty restoran pelanggan Bakmi GM Tunjungan Plaza Surabaya.

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: METODOLOGI 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 & 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: KESIMPULAN

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