

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dan akibat dari adanya globalisasi membuat industri makanan di Indonesia semakin meningkat. Pertumbuhan industri makanan dan minuman pada tahun 2017 mencapai sebesar 9,23 persen, poin ini mengalami peningkatan dibandingkan 2016 sebesar 8,46 persen (www.finance.detik.com, diunduh pada tanggal 3 Agustus 2019). Dikarenakan cepatnya pertumbuhan industri makanan dan minuman, dari pihak pemerintahan semakin terus mendorong pelaku industri makanan dan minuman untuk memanfaatkan potensi pasar makanan dan minuman di dalam negeri. Jumlah penduduk Indonesia sebanyak 258 juta orang, hal ini membuat industri makanan dan minuman menjadi hal yang menjanjikan. (www.ekonomi.kompas.com, diunduh pada tanggal 3 Agustus 2019).

Pasar industri makanan dan minuman mempunyai efek penting dalam pembangunan sektor industri, pasar industri makanan dan minuman membuat kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) terbesar dibandingkan sub sektor lainnya yang mencapai 33,6 persen pada triwulan III tahun 2016. Di Jawa Timur sendiri, menurut Tjahjono Haryono seorang ketua Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (Apkrindo) Jawa Timur, mengemukakan bahwa pembangunan infrastruktur di sejumlah daerah turut meningkatkan bertambahnya jumlah restoran / rumah makan di Jawa Timur. Terutama di kota Surabaya, terdapat sekitar 500-600 restoran kelas menengah ke atas. Secara keseluruhan pasar industri makanan dan minuman baik kafe, restoran, maupun depot di segmen menengah ke bawah telah terdaftar sejumlah 2000 usaha di Surabaya. Angka tersebut menunjukkan bahwa pasar industri kuliner sedang diminati di kota Surabaya (www.jpnn.com, diunduh pada tanggal 5 Agustus 2019).

Banyaknya lokasi kuliner di Kota Surabaya pada tahun 2017 ini dibidik Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan (DPPK) Kota Surabaya untuk menambah target pendapatan dari sektor restoran (www.jatim.tribunnews.com, diunduh pada tanggal 5 Agustus 2019). Restoran di Surabaya sendiri memiliki banyak konsep seperti *Fast food*, *All You Can Eat*, *Buffet*, *Fine Dining*, *Steak*, dan

masih banyak lagi. Setiap restoran mempunyai ciri khas dan konsep yang berbeda. Untuk bisa bertahan lebih lama daripada kompetitor lainnya, restoran harus mempunyai dan mau memperbaharui strategi secara berkala (<http://repository.wima.ac.id/> diunduh pada tanggal 19 Juni 2019).

Bisnis kuliner telah menjadi sebuah kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan atau perorangan untuk mencari laba, pendapatan lebih, atau nilai tambah. Banyak rumah makan atau kafe-kafe yang berkembang pesat di kota Surabaya, dimulai dengan kegiatan promosi untuk menawarkan harga yang murah, penataan tempat yang nyaman, jenis makanan yang berbeda dari restoran lain, dan beragam kegiatan promosi dan kenikmatan lainnya yang ditawarkan.

Salah satu contoh restoran yang dalam beberapa kurun terakhir dikenal oleh masyarakat kota Surabaya adalah restoran *De Mandailing Cafe and Eatery*. Restoran *De Mandailing Cafe and Eatery* ini memiliki menu terbaiknya, yaitu *Japanese Vegetable Curry with Chicken Katsu*. Menu ini juga sudah banyak dikenal oleh masyarakat karena kelezatan rasanya. Restoran *De Mandailing Cafe and Eatery* ini tidak hanya menjual *Japanese Vegetable Curry with Chicken Katsu* saja, melainkan menjual berbagai macam nasi dan *pasta*, serta olahan makanan manis (*desserts*) seperti *pancake*, *waffles*, dan berbagai macam *pasta*. Menariknya, menu makanan yang disajikan di restoran *De Mandailing Cafe and Eatery* memiliki dua macam ukuran, sehingga siapapun bisa menikmati makanan sesuai dengan kemampuan. Untuk minuman yang ditawarkan, ada banyak jenis, diantaranya yang menjadi ciri khas adalah *Frappe*. (www.diarysivinka.com, diunduh pada tanggal 5 Agustus 2019).

Dengan munculnya rumah makan *De Mandailing Cafe N Eatery* yang memiliki makanan dan minuman yang banyak disukai masyarakat di kota Surabaya, ini membuat semakin banyaknya rumah makan yang muncul dengan membuat menu makanan dan minuman yang serupa antara lain *Comedy Coffee*, *Curry House*, dan *Ore Carpentier Kitchen*. Meskipun banyaknya pesaing, namun kesuksesan demi kesuksesan telah diraihinya, yang berawal dari ruko, pada akhirnya *De Mandailing Cafe N Eatery* berhasil memiliki tiga cabang di Surabaya. Cabang pertama adalah *De Mandailing Cafe N Eatery Ruko Klampis*

Jaya, kedua ada di Jemursari, dan ketiga adalah di jalan Ruko Bukit Darmo Golf.



(www.instagram.com/demandailing.com, diunduh pada tanggal 5 Agustus 2019).

Gambar 1.1 Logo De Mandailing Cafe N Eatery



Sumber: www.registrye.com, (diunduh pada tanggal 7 Desember 2021)

Gambar 1.2 *Japanesse Vegetable Curry with Chicken Katsu*



Gambar 1.3 Lokasi De Mandailing Cafe N Eatery di Kota Surabaya

Sumber: www.diarysivinka.com, (diunduh pada tanggal 2 Mei 2022)

Ada tiga faktor utama yaitu kualitas makanan (*food quality*), layanan (*service quality*), dan atmosfer (*dining atmosphere*), yang mempengaruhi loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) melalui kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) dilihat dari hasil analisis konten dari komentar pelanggan pada pelayanan restoran. Hasil penemuan dari penelitian yang lainnya menghasilkan bahwa pengunjung mempertimbangkan atribut kualitas makanan yang paling penting, (dalam urutan peringkat) berdasarkan harga, ucapan, dan layanan (Zhang, 2013). Penelitian ini akan digunakan di De Mandailing Cafe N Eatery cabang Jemursari, Surabaya Selatan.

Menurut Walter et al. (2010) Food Quality merupakan hal pokok yang harus diperhatikan oleh restoran dikarenakan makanan merupakan produk utama yang harus ditawarkan oleh restoran kepada konsumen sehingga restoran harus menjaga ekspektasi atau harapan konsumen mengenai kualitas dari produk makanan yang ditawarkan kepada konsumen. Food Quality dijelaskan sebagai suatu karakteristik kualitas dari makanan yang ditawarkan kepada konsumen (Fiany dan Japrianto, 2012). Semakin bagus kualitas produk makanan otomatis

akan semakin besar kemungkinan konsumen untuk membeli kembali produk makanan tersebut. Konsumen akan menilai bahwa kualitas dari produk tersebut telah memenuhi kebutuhan dan keinginannya sehingga keinginan untuk mengkonsumsi kembali akan jauh lebih mudah. Hasil penelitian yang lainnya juga menunjukkan bahwa kualitas makanan adalah nilai yang paling penting untuk pelanggan di sektor industri makanan cepat-santai, setelah itu diikuti oleh kualitas lingkungan fisik, dan terakhir adalah kualitas layanan” (Zhang 2013). Kualitas makanan teruji dengan cara ditakar menggunakan sejumlah atribut, seperti presentasi produk itu sendiri, variasi menu, pilihan makanan sehat, rasa makanan, kesegaran, dan suhu (Zhang, 2013). Ada hasil penelitian menarik yang menjelaskan bahwa kualitas rasa dianggap sebagai poin utama yang mempengaruhi pemilihan restoran dan kepuasan pelanggan” (Zhang, 2013).

Menurut Fiani dan Japrianto (2002), Food Quality merupakan hal yang sangat penting, dikarenakan jika kualitas makanan tidak diperhatikan dengan baik maka akan berdampak pada kesehatan dan penilaian customer. Jika hal tidak baik terjadi maka akan berdampak juga pada perusahaan tersebut. Rumah makan De Mandailing Cafe N Eatery menjual 100% produk yang masih segar dan tersertifikasi dengan kualitas terbaik, karena setiap harinya memulai dengan bahan baku yang baru, sehingga terbentuklah menu makanan yang enak dan berkualitas seperti Gambar 1.4



Gambar 1.4 Menu Rumah Makan De Mandailing Cafe N Eatery

Sumber: www.pergikuliner.com, (diunduh pada tanggal 2 Mei 2022)

Service Quality adalah tingkat maksimal keunggulan yang diharapkan pelanggan dan menjadi prasyarat untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2011). Restoran yang memberikan layanan yang sangat baik, dan karyawan yang berpakaian rapi, cenderung menerima peringkat kualitas layanan yang tinggi dibandingkan restoran yang karyawannya tidak berpakaian rapi (A. Wall, Eileen dan Berry, 2007). Dengan kualitas layanan terbaik yang diterima, maka konsumen sangat merasa dihargai dan nyaman dalam melakukan aktivitas konsumsinya. Selain itu dalam pembahasan penelitian yang lain terhadap restoran makanan Cina di AS, menunjukkan bahwa “rasa dan keandalan layanan adalah atribut kunci dalam kesuksesan restoran mereka” (Zhang, 2013). Melansir dari sebuah sumber mengenai studi restoran berlayanan lengkap, hasilnya adalah kualitas layanan

yang responsif menjadi penentu terpenting dari kepuasan pelanggan, dan hal itu lebih penting daripada kualitas / keandalan makanan, desain fisik, dan harga” (Zhang, 2013). Pelanggan di restoran juga akan merasa tidak nyaman jika kursi terlalu sempit atau fasilitasnya terlalu berdekatan (Zhang, 2013). Tiga faktor terpenting dari kepuasan pengunjung adalah makanan, lingkungan fisik, dan pelayannya. Secara umum kualitas makanan, lingkungan fisik, dan pelayanan diharuskan sesuai dengan petunjuk fungsional, mekanik, dan dikerjakan oleh sumber daya manusia yang baik dalam melakukan pelayannya” (Zhang, 2013). Kualitas layanan yang ditawarkan saat mengunjungi rumah makan De Mandailing *Cafe N Eatery* yaitu memberikan pelayanan yang terbaik pada pelanggan, dengan keramahan dari para staff dan pramusaji dalam memberikan kemudahan untuk mengakses pemesanan hidangan makanan. Selain itu, rumah makan De Mandailing *Cafe N Eatery* juga menyediakan jaringan *Wi-Fi* untuk konsumen yang mengunjungi rumah makan De Mandailing *Cafe N Eatery* (www.diarysivinka.com, diunduh pada tanggal 27 Januari 2019).

Hal yang perlu diperhatikan selain *Food Quality*, *Service Quality*, adalah *Dining Atmosphere*. *Dining Atmosphere* didefinisikan sebagai usaha untuk merancang sebuah lingkungan tertentu untuk menghasilkan efek emosional spesifik pada pembeli dan hal itu dapat meningkatkan probabilitas pembeliannya (Kotler, 1973, hal 50). Saluran sensorik utama untuk atmosfer adalah penglihatan, suara, aroma, dan sentuhan (Kotler, 1973, hlm. 51). Dalam ulasan literatur atmosfer, Turley dan Milliman (2000) menetapkan kategori atmosfer interior umum yang meliputi musik, suara, pencahayaan, aroma, warna, suhu (sering disebut sebagai Isyarat lingkungan "*ambient*"), dan elemen desain visual. Secara umum diterima bahwa istilah 'atmosfer' diciptakan oleh Kotler (1973) yang pertama kali mendokumentasikan pengaruh lingkungan di dalam toko pada proses persepsi pelanggan (lih. Turley & Milliman, 2000, p. 193-211), yang mengarah pada keputusan pembelian / non pembelian.

Berdasarkan penelitian awal dalam psikologi lingkungan, Kotler (1973) mengambil perspektif yang lebih sempit dengan berfokus pada perilaku konsumen dan efek yang lingkungan fisik ada di sana. Dia menegaskan bahwa pelanggan merasakan atmosfer toko melalui kombinasi visual (warna, pencahayaan,

kedekatan dan jumlah elemen visual); aural (jenis musik, level suara); taktil (kebersihan); dan penciuman (aroma); isyarat hadir dalam lingkungan layanan. Melalui penjelasan tersebut, rumah makan De Mandailing *Cafe N Eatery* telah memenuhi standart. Diantaranya mengenai penataan tata ruang, pemberian warna dan tata pencahayaan yang cukup sehingga membuat mata nyaman dan tidak sakit, pemutaran musik pop yang tidak dipasang terlalu keras tetapi memberikan efek bahwa rumah makan ini ramai, dan pemberian *air conditioner* (AC) sehingga pelanggan merasa nyaman ketika makan dan menikmati suasana yang ada di rumah makan De Mandailing *Cafe N Eatery*.



Gambar 1.5 Atmosfer dan *Layout Design* dari De Mandailing *Cafe N Eatery*

Sumber: www.google.com, (diunduh pada tanggal 2 Mei 2022)

Pencapaian rumah makan De Mandailing *Cafe N Eatery* menunjukkan bahwa pelanggan tersebut memiliki *Customer Loyalty*. *Customer Loyalty* merupakan aspek penting dari stabilitas dan pertumbuhan karena rantai restoran mempertahankan pelanggan yang sudah ada memberikan beberapa manfaat ekonomi. Memang loyalitas pelanggan telah menjadi tujuan utama untuk sebagian besar bisnis karena mempertahankan pelanggan lama atau pelanggan tetap lebih men-

guntungkan daripada terus-menerus mencari yang baru (Berry dan Parasuraman 1991; Bowen dan Chen 2001). Minat dari konsumen yang ingin kembali di rumah makan De Mandailing *Cafe N Eatery* untuk menikmati hidangan makanan yang disediakan, dapat dilihat dari pencapaian rumah makan De Mandailing *Cafe N Eatery* yang sudah membuka tiga cabang di Kota Surabaya.

Menurut Kotler and Keller (2012) mendefinisikan kepuasan pelanggan atau *Customer Satisfaction* adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan sama atau melebihi apa yang dibandingkan dengan harapannya. *Customer Satisfaction* dipertimbangkan sebagai salah satu faktor yang mendorong pelanggan untuk datang kembali menggunakan atau merasakan layanan yang sudah dirasakan meskipun tidak ada jaminan bahwa pelanggan yang sudah puas dengan pelayanan yang sebelumnya akan puas kembali ataupun lebih merasa puas (Soriano, 2002). Dapat dilihat dari banyaknya konsumen yang datang hingga melakukan reservasi meja dan juga dilihat dari berhasilnya De Mandailing *Cafe N Eatery* mengisi berbagai acara dalam bentuk membuka food stall yang diselenggarakan di Universitas Ciputra Surabaya (www.instagram/demandailing.com, diunduh pada tanggal 27 Agustus 2019).

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka penulis ingin meneliti bagaimana pengaruh *Food Quality*, *Service Quality*, *Dining Atmosphere*, terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* rumah makan De Mandailing *Cafe N Eatery* di Surabaya.

1.2 Batasan Masalah

Batasan penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Penelitian ini meneliti tentang *Food Quality*, *Service Quality*, dan *Dining Atmosphere*, yang mempengaruhi *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada pelanggan rumah makan De Mandailing *Cafe N Eatery* di Surabaya?
2. Pengujian terhadap model yang diteliti menggunakan data dari hasil kuesioner objek yang diteliti.

3. Karakteristik responden yang diteliti sebagai berikut: responden yang berdomisili di Surabaya dan responden yang pernah membeli dan mengkonsumsi produk secara langsung di rumah makan *De Mandailing Cafe N Eatery*.
4. Perhitungan dan analisis hasil kuesioner menggunakan software SPSS.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah dibahas sebelumnya maka permasalahan tersebut dapat dirumuskan menjadi pertanyaan sebagai berikut;

1. Apakah *Food Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan rumah makan *De Mandailing Cafe N Eatery* di Surabaya?
2. Apakah *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan rumah makan *De Mandailing Cafe N Eatery* di Surabaya?
3. Apakah *Dining Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan rumah makan *De Mandailing Cafe N Eatery* di Surabaya?
4. Apakah *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada pelanggan rumah makan *De Mandailing Cafe N Eatery* di Surabaya?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh signifikan *Food Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan rumah makan *De Mandailing Cafe N Eatery* di Surabaya.
2. Untuk menganalisis pengaruh signifikan *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan rumah makan *De Mandailing Cafe N Eatery* di Surabaya.

3. Untuk menganalisis pengaruh signifikan *Dining Atmosphere* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan rumah makan De Mandailing *Cafe N Eatery* di Surabaya.
4. Untuk menganalisis pengaruh signifikan *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* pada pelanggan rumah makan De Mandailing *Cafe N Eatery* di Surabaya.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan beberapa manfaat kepada berbagai pihak. Manfaat dalam penelitian ini dapat dibagi menjadi manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan agar dapat memberikan informasi dan pengetahuan serta dapat memperluas wawasan masyarakat, terutama di bidang Manajemen mengenai *Food Quality*, *Service Quality*, *Dining Atmosphere*, *Customer Satisfaction*, dan *Customer Loyalty*. Hasil penelitian dapat mendukung teori-teori sebelumnya mengenai keterkaitan antara masing-masing variabel.
2. Hasil penelitian dapat menjadi alat bantu dan acuan bagi peneliti berikutnya yang ingin mengangkat tema serupa maupun menggunakan hubungan antar variabel tertentu.
3. Penelitian ini dapat berguna sebagai sumber referensi bagi mahasiswa lain yang ingin membuat penelitian sejenis ataupun penelitian yang baru.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi dan bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam meningkatkan *Food Quality*, *Service Quality*, *Dining Atmosphere*, *Customer Satisfaction*, dan *Customer Loyalty*.
2. Memberikan nilai atau masukan tambahan untuk manajer dan pihak-pihak yang terkait untuk memberikan pelayanan lebih baik kepada *Food Quality*, *Service Quality*, *Dining Atmosphere*, *Customer Satisfaction*, dan fasilitas-

fasilitas lainnya sehingga dapat mencapai *Customer Loyalty* pada pelanggan rumah makan De Mandailing *Cafe N Eatery* Surabaya Selatan.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembaca dan peneliti dalam mengikuti pembahasan penelitian ini, maka penulisan dalam penelitian ini dibagi menjadi 3 bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut.

BAB I: Pendahuluan

Berisi latar belakang masalah, batasan masalah yang akan dibahas, rumusan masalah, tujuan dari penelitian, manfaat penelitian yang meliputi manfaat praktis dan manfaat teoritis serta sistematika penulisan.

BAB II: Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

Berisi landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini, penelitian terdahulu tentang faktor-faktor *Food Quality*, *Service Quality*, dan *Atmospheric* yang mempengaruhi *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* pada pelanggan rumah makan De Mandailing *Cafe N Eatery* di Surabaya, pengembangan hipotesis dalam penelitian ini, model penelitian serta bagan alur berpikir.

BAB III: Metodologi Penelitian

Berisi jenis penelitian, populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan, definisi operasional dan pengukuran variabel serta metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

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

BAB V: Kesimpulan

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