

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Industri makanan dan minuman nasional terus menunjukkan kinerja positif dengan tumbuh mencapai 9,82 persen atau sebesar Rp192,69 triliun pada triwulan III 2016. Pertumbuhan industri ini kecenderungan dari masyarakat khususnya kelas menengah ke atas yang mengutamakan konsumsi produk-produk makanan dan minuman yang higienis dan alami. Industri makanan dan minuman juga mempunyai peranan penting dalam pembangunan sektor industri. Kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) industri non migas merupakan yang terbesar dibandingkan subsektor lainnya yang mencapai 33,6 persen pada triwulan III tahun 2016. Dengan pertumbuhan 9,82 persen, sektor ini menopang sebagian besar pertumbuhan industri non migas dengan pertumbuhan mencapai 4,71 persen, (<http://www.kemenperin.go.id/artikel/16650/Industri-Makanan-dan-Minuman-Tumbuh-9,8-Persen-Triwulan-III-2016>), diunduh pada tanggal 14 november 2017

Pada bidang makanan cafe dan restoran pasti tidak asing terutama yang suka berwisata kuliner di Surabaya. Hal ini menjadikan bisnis makanan menjadi peluang yang sangat besar bagi pembisnis-pembisnis yang ingin membuka usaha makanan di Surabaya. Sesuai dengan pernyataan dari Ketua Asosiasi Pengusaha dan Kafe, Indoneia (Apkrindo) Jawa Timur bernama Tjahjono Haryono mengatakan jumlah pengusaha baru di sector makanan dan minuman terus bertambah khususnya yang berada di Surabaya dan Malang. Di perkirakan dalam satu bulan rata-rata terdapat 8 restoran food dan beverage yang buka di Surabaya. Seperti yang ada di MERR Surabaya timur, Surabaya pusat dan Surabaya bagian barat. Hal ini menunjukkan bahwa di Surabaya memiliki beberapa titik yang memang memungkinkan untuk membuka restoran and baverage. Dan tidak dipungkiri, bahwa semua restoran ini sangat ramai di kunjungi oleh masyarakat Surabaya. Mereka datang dengan antusias dan penasaran dengan inovasi apa yang di berikan dengan restoran yang di pilih.

(<http://kabar24.bisnis.com/read/20160624/78/560892/industri-kafe-dan-restoran-jatim-tumbuh-20>), diunduh pada tanggal 14 november 2017

Menurut ketua Apkrindo, pertumbuhan industry kafe di Surabaya masih ada peluang bagi pengusaha-pengusaha yang ingin membuka café mereka di Surabaya. Karena Surabaya masih memiliki tempat yang sangat berpotensi bagi café-café baru. Apalagi daya beli masyarakat bidang kuliner yang masih cukup baik meski ekonomi Indonesia belum membaik. Selain itu, infrastuktur Surabaya yang sudah semakin baik atau akses seperti ke bagian timur sudah baik, yang akan memberi dampak positif terhadap kafe-café di daerah timur. Tidak di pungkiri hingga investor asing ingin investasi di Surabaya. Pada tahun 2015 lebih membaik di bandingkan tahun tahun sebelumnya, karena masih banyak anggaran pemerintah yang tidak terserap di daerah daerah yang menimbulkan dampak di industri. Ada hal lain yang mampu membuka peluang restoran semakin ramai. Dengan adanya peraturan penggunaan kartu kredit, yang membuat konsumen mengurangi penggunaan kartu kredit yang biasanya dapat dan mampu mendongkrak penjualan café dan restoran di Surabaya.

(<http://kabar24.bisnis.com/read/20160624/78/560892/industri-kafe-dan-restoran-jatim-tumbuh-20>), diunduh pada tanggal 14 november 2017

Masyarakat ternyata lebih menyukai makanan restoran cepat saji dibanding jenis restoran lainnya saat masyarakat makan di luar rumah. Survei yang dilakukan antara bulan Mei dan Juni 2015 ini mengungkapkan bahwa sebelum memilih tempat untuk makan, 1 dari 2 konsumen di Indonesia biasanya menetapkan pilihan restoran berdasarkan pesan atau promosi dari mulut ke mulut. Rekomendasi dari teman dan keluarga (58 persen), dan memilih promosi makanan yang ditawarkan oleh restoran tersebut melalui situs-situs kupon ataupun aplikasi (11 persen).Setelah bersantap di restoran, 7 persen dari masyarakat Indonesia juga menulis komen dan ulasan mengenai pengalaman kuliner secara *online*. Dalam survei ini juga diungkapkan bahwa secara umum di tahun 2015, responden di Indonesia masih berencana untuk tetap makan dalam frekuensi yang sama (62 persen) dalam kurun waktu enam bulan ke depan.Sementara itu, 14 persen diantaranya berencana untuk lebih sering makan di luar dan 24 persen memilih untuk mengurangi frekuensi makan di restoran.

(<http://m.metrotvnews.com/rona/wisata-kuliner/xkEq6D9k-80-orang-indonesia-lebih-suka-makan-di-restoran-cepat-saji>), diunduh pada tanggal 14 november 2017

Selain itu, mayoritas masyarakat yang ada di Indonesia juga ingin tetap menikmati makanan siap saji dengan harga yang sama 69%, dengan masyarakat yang ingin makan makanan yang harganya lebih terjangkau 27% dan 4% sisanya ingin menghabiskan waktu untuk makan di tempat yang mahal.

(<http://wartakota.tribunnews.com/2016/01/28/hasil-survei-mastercard-restoran-cepat-saji-masih-jadi-tempat-favorit-di-indonesia>), diunduh pada tanggal 14 november 2017

Semakin maraknya kuliner yang akhir akhir ini menjadi kebutuhan primer dari setiap orang, dapat memberikan dampak yang berarti bagi industry - industry makanan baik yang berada di skala kecil dan skala besar. Pada pertengahan Februari lalu, ketua Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (Apkrindo) Jatim, Tjahyono Haryono, mengatakan bahwa pertumbuhan bisnis kuliner di Jatim, khususnya Surabaya, akan berada di angka 20 persen data tersebut dapat memberikan pernyataan bahwa tingkat minat konsumen terhadap restoran restoran cukup meningkat dan cukup tinggi. Hal ini merupakan keuntungan yang dapat di petik khususnya restoran-restoran dan masyarakat yang akan membuka restoran, agar dapat mengembangkan ide mereka. Di sisi lain untuk saat ini industry restoran di Surabaya memiliki persaingan yang cukup tinggi. Mengingat begitu banyak restoran restoran yang baru sudah di buka di setiap tempat yang jarang di perkirakan akan menjadi tempat yang cocok untuk di gunakan sebagai restoran pada umumnya. Dengan banyaknya restoran yang muncul mengakibatkan setiap restoran harus memiliki keunggulan-keunggulan yang dapat memberikan nilai plus terhadap semua pelanggannya.

(<http://www.neraca.co.id/article/10714/pasang-surut-bisnis-waralaba-di-indonesia>), diunduh pada tanggal 14 november 2017

Tahun 2011 baru saja berakhir dan kini berganti dengan 2012. Tahun ini bisnis waralaba terus menunjukkan pertumbuhannya baik dari jumlah merek, total gerai, hingga omzet secara keseluruhan. Sebagai perbandingan, mari kita kutip

beberapa angka mengenai perkembangan waralaba di Indonesia. Perhitungan pertama, sebagaimana dikutip sebuah media tabloid, Perhimpunan Waralaba & Lisensi Indonesia (Wali) menyebut omzet waralaba pada 2011 sebesar Rp. 120 triliun. Wali memprediksi, omzet perusahaan waralaba tahun 2012 menyentuh Rp 144 triliun. Nilai tersebut naik 20% dibandingkan tahun 2011 sebesar Rp 120 triliun. Per November ini nilainya sudah Rp 110 triliun miliar.

(<http://www.neraca.co.id/article/10714/pasang-surut-bisnis-waralaba-di-indonesia>).
diunduh pada tanggal 14 november 2017

Persaingan restoran cepat saji di Indonesia bakal semakin ramai dari tahun ke tahun. Setelah ekspansi restoran “barat”, industri makanan cepat saji (*fast food*) indonesia kedatangan anggota baru. Persaingan restoran asing yang mengusung konsep cepat di pasar Indonesia bertambah satu lagi. Dengan bendera Carl's Jr, sebuah merek terkenal di dunia burger,

(<http://www.tribunnews.com/lifestyle/2010/08/01/burger-carls-jr-masuk-indonesia>),
diunduh pada tanggal 14 november 2017



Gambar 1.1 Logo Carl's Junior

Carls'Jr telah berulang kali mengganti logonya. Pada gambar 1.1 merupakan logo yang saat ini di gunakan oleh Carls'Jr. dimana Carls'Jr telah mengganti hingga 4x logo mereka. (http://logos.wikia.com/wiki/Carl%27s_Jr). diunduh pada tanggal 14 november 2017

Group Trakindo tergiur untuk ikut dalam bisnis kuliner di Indonesia. Tidak tanggung tanggung perusahaan yang seharusnya menggeluti *Heavy equipment* melakukan *take over* ke jaringan makanan cepat saji yaitu Carl's JR di Indonesia. Yang selama ini di kelolah oleh Carl Karcher Enterprise dari tahun 2010. Akuisisi ini dilakukan group Trakindo melalui PT Tiara Marga Trakindo. TMT menyadari pasar ritel yang ada di Indonesia sangat bertumbuh. Hal ini membuat TMT melakukan

usaha di bisnis ritel pada tahun 2013 dengan mendirikan group bisnis ritel Mahadya. Mahadya memiliki tujuan untuk menjadi group ritel yang baik di Indonesia. Dengan menggabungkan dari life style dan inovasi yang baru. Langkah langkah awal yang di lakukan oleh Mahadya ini dengan mendapatkan hak eksklusif untuk waralaba fastfood yang menu utamanya burger. Merk Carl's Jr pada juli 2013 di bawah naungan PT Generasi Mutiara bangsa dengan 5 cabang di Jakarta. Gerai pertama Carl's Jr. di bawah manajemen Mahadya beroperasi di Bintaro Jaya Xchange Mall yang diresmikan pada Januari 2014. Mahadya telah melebarkan pasar Carl's Jr. ke Surabaya melalui gerai pertamanya di Bandara Internasional Juanda Surabaya. Gerai yang diresmikan pada Februari 2014 ini merupakan gerai Carl's Jr. Indonesia di bandara yang pertama beroperasi 24 jam.

(<https://swa.co.id/swa/capital-market/corporate-action/grup-trakindo-mengakuisisi-fastfood-carls-jr>) dan (http://www.tiamarga.co.id/news_and_info/grup-trakindo-mengakuisisi-fastfood-carls-jr), diunduh pada tanggal 14 november 2017



Gambar 1.2. Pertemuan Group TMT dan President of International Franchise

Pada gambar 1.2 merupakan pertemuan antara group TMT dan president of international franchise. pemilik waralaba internasional Carl's Jr memilih Mahadya sebagai mitra di Indonesia dengan melihat group TMT yang memiliki history yang baik di Indonesia. President of international franchise operations CKE Ned Lyerly mengatakan bahwa ia percaya di bawah naungan Mahadya, Carl's JR akan tumbuh di Indonesia dan melayani dengan baik ke semua konsumennya di Indonesia. Chief Operating Officer F&B Mahadya, Mehdi Zaidi, menjelaskan bahwa resto Carl's Jr. dipilih karena Mahadya memiliki keyakinan bahwa Carl's Jr. adalah merek burger

terkenal dan populer di Amerika serta dioperasikan oleh Carl Karcher Enterprise, perusahaan internasional dengan kinerja yang baik dan memiliki sejarah lebih dari 70 tahun. Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, Carl's Jr. Indonesia telah melengkapi menu dengan rangkaian menu sarapan yang terdiri dari Breakfast Burger, Sunrise Croissant Egg and Cheese, Hash Brown, Italian Premium Coffee, dan Premium Quality Tea. Rangkaian menu sarapan ini telah hadir di gerai Carl's Jr. di Bandara Juanda Surabaya. Ke depan, rangkaian menu sarapan ini akan hadir di setiap gerai yang berdiri sendiri (stand alone) di luar mall. Di bawah manajemen Mahadya, Carl's Jr. Indonesia juga telah memperoleh sertifikasi halal untuk seluruh gerainya. Sertifikasi halal ini memastikan para konsumen Muslim dapat secara aman & nyaman mengonsumsi produk-produk berkualitas dari Carl's Jr. Indonesia.

(<http://www.mahadasha.co.id/en/news/carls-jr-indonesia-bisnis-ritel-pertama-tiara-marga-trakindo/>) , diunduh pada tanggal 14 november 2017

Semua burger yang disajikan oleh Carl's Jr. dimasak setelah pemesanan. Tujuannya agar burger lebih segar, lezat, dan sehat. Bahan yang digunakan berasal dari adonan daging sapi 100 % tanpa campuran tepung. Teknik panggang spesial pada setiap burgernya, yang dinamakan "*charbroiled*". Teknik masak ini memanggang burger dari atas dan bawah secara bersamaan, sehingga menghasilkan pangangan sempurna pada setiap sisinya. Untuk layanan Carl's Jr., ada "*Happy Star Service*" pada setiap gerainya. Setiap orang akan dilayani oleh layanan yang ramah dan bersahabat. Pengunjung tidak harus meninggalkan mejanya jika ia membutuhkan apa pun, para pramusaji Carl's Jr. akan melayani mereka. Selain itu Carl's Jr. menyediakan *free refill drinks*, pengunjung dapat selalu mengisi ulang sepuasnya berbagai jenis minuman seperti ice tea, lemon tea, dan soft drinks. (<http://www.yukmakan.com/article/1042576/whats-new/carls-jr-bersertifikat-halal>), diunduh pada tanggal 14 november 2017

Restoran burger asal Amerika yang berdiri sejak tahun 1941, Carl's Jr, membuka gerai barunya di kota Surabaya. Mahadya, grup perusahaan yang menaungi brand Carl's Jr di Indonesia, membuka gerai restoran baru itu pada 19 Januari 2015. Gerai terbaru dari Carl's Jr tersebut berlokasi di Jl. Raya Darmo. Ini merupakan

gerai ke-10 Carl's Junior di Indonesia. Menurut Irzan H. Pulungan, Presiden Direktur Mahadya, animo masyarakat Surabaya terhadap Carl's Jr sangat baik. "Pembukaan gerai Carl's Jr. di Jl. Raya Darmo membuktikan komitmen Carl's Jr. untuk memperluas jangkauan layanan untuk masyarakat Surabaya," ucap Irzan seperti dilansir dari rilis media yang diterima Liputan6.com. Gerai ke-3 di kota Surabaya ini merupakan gerai *stand-alone* yang memiliki layanan *drive-thru* dan beroperasi selama 24 jam. Carl's Jr memiliki berbagai burger andalan. Di antaranya adalah Western BeefBac Cheeseburger (*beef burger* dengan irisan *beef bac*, keju, dan bawang bombay goreng renyah), Portobello Mushroom (kombinasi *beef burger* dengan jamur portobello dan keju), Charbroiled Chicken Club, BBQ Sandwich, Hand Breaded Chicken Tenders, dan lain sebagainya. Burger di Carl's Jr dibuat dengan sistem *made-to-order* atau berdasarkan pesanan pelanggan. Metode yang digunakan untuk memanggang daging burger Carl's Jr disebut *chargrilled*, yakni teknik memanggang kedua sisi daging burger secara bersamaan menggunakan api atas dan bawah. Satu hal menarik lain dari restoran burger ini adalah berbagai minuman isi ulang (*refill*) yang tersedia seperti *ice tea*, *lemon tea* dan *soft drinks*.

(<http://www.beritasatu.com/kuliner/242339-carls-jr-buka-restoran-24-jam-di-surabaya.html>), diunduh pada tanggal 14 november 2017

Carl's Jr. Indonesia berhasil meraih empat penghargaan atas pencapaiannya antara tahun 2013 ke 2014. Prestasi ini sangat membanggakan bagi grup Mahadya, mengingat Mahadya baru mengakuisisi hak waralaba eksklusif atas Carl's Jr. Indonesia pada tahun 2013. Keempat penghargaan yang diraih tersebut adalah: *Licensee of the Year – Asia Pacific*, *Highest Annual Unit Volume – Asia Pacific*, *Highest Sales percent Increase* untuk gerai Summarecon Mal Serpong, dan *Second Highest Sales percent Increase* untuk gerai La Piazza

(<http://www.mahadasha.co.id/en/news/carls-jr-indonesia-raih-empat-penghargaan-internasional/>), diunduh pada tanggal 14 november 2017

Carl's Jr memiliki semboyan untuk product yang di buat yaitu "Menu kami dirancang untuk memberi pelanggan makanan cepat saji apa yang di inginkan: lebih besar, lebih baik, burger, dan biscuit. Carls'Jr memiliki latar belakang yang sangat

baik untuk memberhasilkan produk premium baru untuk memimpin kategori dalam rasa, kualitas, dan inovasi. Sebagai pemimpin industry, kami seara konsisten memberikan pelayanan yang sesuai yang diharapkan sejak awal produk kami. Tetap di tingkat atas dan terus berkembang mengharuskan kami untuk selalu memimin dalam produk melalui rasa, kualitas, dan inovasi.”

(<http://carlsjrfranchising.com/brand.php>), diunduh pada tanggal 14 november 2017

Masalah persaingan bukanlah masalah baru dalam dunia usaha, seperti Carls’jr juga memiliki persaingan yang ketat dikelasnya. Ya, persaingan bisa di anggap sebagai adanya perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan prokuk yang sedang di fokuskan saat ini (Kasmir;2012). Dalam persaingan bidang makanan khususnya Carls’jr memiliki *competitor* seperti Burger king, Wendys, KFC,MC Donald, dan A&W yang memiliki menu hampir sama yaitu Burger. (<https://tirto.id/persaingan-kfc-vs-mcdonald039s-di-indonesia-chbu>) , diunduh pada tanggal 14 november 2017

Menurut Ajzen (1991) *Intention to Choose a New Alternative* bisa di katakan penyimpulan konsumen dari proses pengambilan keputusan yang biasanya menghadapkan pada pilihan pilihan barang dan jasa yang baru yang dapat dikatakan barang atau jasa ini merupakan dimensi alternative baru. Pendekatan alternative ini untuk memahami pengambilan kembali dari konsumen. setiap konsumen memiliki hak untuk memilih dan menentukan apa dan dimana konsumen ingin menghabiskan waktu mereka. Jika konsumen merasa tidak nyaman, maka konsumen dapat dengan mudah untuk pergi dan mencari hal hal baru yang mampu membuat konsumen nyaman dan merasa senang. Seperti apa yang di lihat dalam restoran. Setiap konsumen memiliki titik nyaman, dan kesukaan yang berbeda beda. Maka pada saat konsumen merasa tidak nyaman dan membuat konsumen terganggu dari segi apapun seperti rasa, fasilitas dan lain lainnya, maka konsumen akan dengan mudah untuk memilih pergi dan mencari tempat baru yang membuat konsumen nyaman. Dari intention to choose a new alternatie, di dasarkan pada kesetiaan pelanggan, atau di sebut juga customer satisfaction.

Menurut Kotler (2003) *Customer Satisfaction* merupakan perasaan senang atau kecewa dari konsumen yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja dari suatu produk atau jasa yang di berikan. Jadi, *Customer Satisfaction* ini merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atak kinerja yang diberikan. Jika *Customer Satisfaction* tidak sesuai harapan, maka tidak dipungkiri kinerja, pelayanan yang diberikan tidak memuaskan konsumennya. Begitu juga sebaliknya, jika *Customer Satisfaction* tinggi, maka sudah bisa di lihat bahwa pelayanan yang diberikan memuaskan konsumen konsumennya.

Zeithaml (1988) menyatakan bahwa *Perceived Quality* merupakan pendapat dari konsumen tentang produk dan jasa yang di tawarkan oleh produsen secara keseluruhan dengan penilaian baik atau buruk. Chiou at al., (2002) menyatakan bahwa Konsep ini di pelajari dalam dunia marketing karena setiap konsumen memiliki pendapat yang berbeda satu dengan yang lain terhadap produk barang dan jasa yang di tawarkan. Dan sesuai dengan apa yang di sukai atau perilaku oleh konsumen itu sendiri. Fullerton (2004) juga menyatakan bahwa konsumen memiliki persepsi yang tinggi tentang kualitas yang tiwarkan produsen dan akan memiliki kesetiaan yang lebih terhadap produk tersebut jika konsumen memiliki pengalaman yang baik dalam produk itu sebelumnya. Persepsi pelanggan akan melibatkan apa yang penting bagi pelanggan karena setiap pelanggan memiliki kepentingan (yang diukur secara relative) yang berbeda beda terhadap suatu product atau jasa. Maka dapat di katakan bahwa membahas keterlibatan dan kepentingan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2002) mengatakan bahwa *Service Quality* memiliki arti pemenuhan kebutuhan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan begitu, ada dua factor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan dan jasa yang dirasakan. Menurut Kotler dan Armstrong (2012) kualitas produk adalah karakteristik dari makan yang pada kemampuannya menanggung janji atau sisipan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan.

Atmospherics Quality merupakan penggambaran desain ruang yang disengaja untuk mendorong efek emosional konsumen. yang akhirnya akan meningkatkan kesediaan untuk membeli produk di tempat tersebut, terutama mengutamakan

kenyamanan dari konsumen. (Heung and Gu; 2012). *Overall boredom with dining experience* dan *Boredom With Restaurant Atributes*. menurut (Bertrand Russell; 2014) kebosanan seseorang merupakan factor perilaku manusia . dimana setiap orang memiliki tingkat kebosanan sendiri. Salah satunya adalah menunggu. Menunggu merupakan salah satu penyebab utama seseorang yang bosan. Dalam restoran, *customer* harus menunggu pesanan mereka, jika terlalu lama maka akan mengganggu dan *customer* akan bosan dan memberikan nilai negative terhadap restoran tersebut.

Kualitas dari Carl's Jr dapat di katakana konsisten. Menurut senior manager dari Carl's Jr, Carl's Jr konsisten dengan kualitas makanan. Dimana Carl's Jr bukanlah *fast food* karena makanan akan di buat jika di pesan. Maka harus menunggu hingga beberapa menit agar makanan siap di santap.

(<http://travel.kompas.com/read/2017/08/01/215344027/bukan-burger-biasa>) , diunduh pada tanggal 14 november 2017

1.2 BATASAN PENELITIAN

Dalam suatu penelitian dibutuhkan suatu batasan masalah. Dalam penelitian ini akan dibahas mengenai pengaruh *Percived Quality (Service Quality, Food Quality, Atmospherics Quality)*, *Overal Boredom With Dining Experience*, *Boredom With Restaurant Atributes*, dan *Customer Satisfaction*, terhadap *Intention to Choose a New Alternative* restoran Carl's Jr di Surabaya.

Faktor internal pembeli berupa pribadi yang terdiri dari umur, pekerjaan, dan keadaan ekonomi sudah ditentukan dalam karakteristik populasi, yaitu wanita, berdomisili di Surabaya, dengan rentan usia antara 18 sampai 60 tahun (Kotler dan Amstrong, 2009), telah membeli dan mengkonsumsi produk Carl's Jr dalam kurun waktu 3 bulan terakhir dan diasumsikan pembeli telah memiliki penghasilan sendiri untuk mampu membeli produk Carl's Jr tanpa perlu pendapat orang lain sehingga dapat diasumsikan homogen.

1.3 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Carl's Jr di Surabaya?
2. Apakah *Food Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Carl's Jr di Surabaya?
3. Apakah *Atmospherics Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Carl's Jr di Surabaya?
4. Apakah *Overall Boredom With Dining Experience* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Carl's Jr di Surabaya?
5. Apakah *Boredom With Restaurant Attributes* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Carl's Jr di Surabaya?
6. Apakah *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Choose a New Alternative* pada pelanggan Carl's Jr di Surabaya?

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Setiap penelitian tentunya memiliki tujuan didalamnya. Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisa *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Carl's Jr di Surabaya
2. Untuk menguji dan menganalisa *Food Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Carl's Jr di Surabaya
3. Untuk menguji dan menganalisa *Atmospherics Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Carl's Jr di Surabaya
4. Untuk menguji dan menganalisa *Overall Boredom With Dining Experience* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Carl's Jr di Surabaya

5. Untuk menguji dan menganalisa *Boredom With Restaurant Attributes* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Carl's Jr di Surabaya
6. Untuk menguji dan menganalisa *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Choose a New Alternative* pada pelanggan Carl's Jr di Surabaya

1.5 MANFAAT PENELITIAN

1.5.1 Manfaat Teoritis

1.5.1.1 Penelitian ini dilakukan agar dapat memberikan informasi dan pengetahuan serta dapat memperluas wawasan masyarakat, terutama dibidang Management mengenai *Percived Quality (Service Quality, Food Quality, Atmospherics Quality)*, *Overall Boredom With Dining Experience*, *Boredom With Restaurant Attributes*, *Customer Satisfaction*, dan *Intention to Choose a New Alternative*. Hasil penelitian dapat mendukung teori-teori sebelumnya mengenai ketertarikan antara masing-masing variable.

1.5.1.2 Hasil penelitian dapat menjadi alat bantu dan acuan bagi peneliti berikutnya yang ingin mengangkat tema serupa maupun menggunakan hubungan antar variabel tertentu.

1.5.2 Manfaat Praktis

1.5.2.1 Penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi dan bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam meningkatkan *Percived Quality (Service Quality, Food Quality, Atmospherics Quality)*, *Overall Boredom With Dining Experience*, *Boredom With Restaurant Attributes*, *Customer Satisfaction*

1.5.2.2 Sebagai masukan kepada manajemen Carls'Jr untuk menetapkan strategi apa yang harus digunakan untuk dapat terus berkembang dalam persaingan yang semakin ketat, baik itu strategi jangka panjang ataupun strategi jangka pendek.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Menjelaskan tentang latar belakang, identifikasi masalah, perumusan masalah, batasan penelitian, tujuan dan manfaat, serta sistematika penulisan.

BAB II: Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

Bab ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka dan hipotesis yang menjadi dasar dalam penyusunan proposal. Tinjauan pustaka dan hipotesis akan dipergunakan sebagai dasar untuk melakukan analisis dan sebagai dasar pembahasan untuk memberikan konklusi, implikasi dan rekomendasi.

BAB III: Metode Penelitian

Bab ini menguraikan tentang metode dan jenis penelitian definisi operasional, jenis dan sumber data, target dan karakteristik populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel prosedur pengumpulan data dan skala, serta pengolahan data.