

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Zaman era globalisasi saat ini dunia bisnis banyak menawarkan berbagai macam jasa terutama jasa dibidang pariwisata, salah satunya adalah hotel. Perkembangan hotel sangat pesat di berbagai daerah di Indonesia, tidak hanya di tempat-tempat wisata saja, tetapi juga di kota-kota besar perkembangan hotel begitu pesat. Hotel adalah salah satu usaha bisnis yang bergerak pada penjualan jasa, dimana pelayanan merupakan inti pokok penjualan hotel yang diberikan kepada pelanggan. Menerapkan pelayanan yang baik dan efisiensi adalah salah satu kegiatan hotel, tujuan menerapkan pelayanan tersebut untuk meningkatkan volume penjualan yang telah ditentukan hotel.

Produk utama hotel untuk dijual adalah jasa penyewaan kamar yang merupakan suatu kebutuhan bagi para wisatawan, namun seiring berkembangnya jaman trend pengelolaan hotel sudah mulai mengalami banyak pergeseran begitu juga kebutuhan pelanggan yang semakin berubah seiring perkembangan jaman. Kebutuhan tersebut tidak hanya dengan produk saja tetapi pelanggan juga mengharapkan kualitas pelayanan dan fasilitas modern. Sehingga berbagai hotel mulai berlomba-lomba meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas modern untuk menarik pengunjung agar menginap dan mencapai kepuasan pelanggan.

Pengertian Hotel menurut Surat Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi, No : KM.94/HK.103/MPTT-87 tentang Ketentuan Usaha dan Penggolongan Hotel, Hotel adalah salah satu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan, makan dan minum, serta jasa lainnya bagi umum, yang dikelola secara komersial. Hal tersebut juga serupa dengan apa yang diungkapkan oleh Soekresno dan Pendit (1998:4) menyebutkan bahwa *food and beverage* departement adalah bagian dari hotel yang mengurus dan bertanggung jawab terhadap kebutuhan pelayanan makanan dan minuman serta kebutuhan lain yang terkait, dari para tamu tinggal maupun yang tidak tinggal di hotel tersebut dan dikelola secara komersial serta profesional. Jasa pelayanan berupa restoran yang

diterapkan dalam sebuah hotel merupakan salah satu unit bisnis yang memiliki peluang besar ditengah kebutuhan serta gaya hidup yang terus berubah dan bertambah banyak khususnya di kota-kota besar. Disamping pertumbuhan bisnis makanan dan minuman yang berkembang pesat di belahan dunia, banyak hotel yang menghadirkan restoran di dalam hotel tersebut, selain untuk melengkapi unit bisnis juga untuk mencukupi apa yang menjadi kebutuhan manusia.

Restoran bukan hanya sekedar untuk tempat makan bagi masyarakat tetapi restoran juga menjadi tempat berkumpulnya keluarga, teman, sahabat, dan pertemuan para relasi bisnis. Pada saat pelanggan memasuki sebuah restoran mereka memiliki sekumpulan harapan mengenai bagaimana keinginan dan harapan mereka dapat terpenuhi. Untuk mewujudkan hal tersebut dalam memilih restoran pelanggan tidak hanya sekedar mendapat kepuasan dari pelayanan restoran tersebut, ada banyak hal yang menjadi pertimbangan pelanggan dalam memilih tempat makanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Untuk memenuhi kriteria pelanggan dalam memilih dan menentukan sebuah restoran sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka, maka restoran perlu memberikan pelayanan yang tidak hanya memuaskan para pelanggan, tetapi juga menghadirkan sebuah pengalaman yang bisa menumbuhkan nilai yang baik dalam benak pelanggan sehingga produk yang dijual lebih masuk kedalam hati pelanggan dan menumbuhkan citra yang baik bagi pelanggan dan pada akhirnya akan terjadi loyalitas pada pelanggan tersebut.

Berdasarkan penelitian Kementerian Keuangan Sektor perdagangan, hotel, dan restoran tumbuh sebesar 9,2 persen di tahun 2011 meningkat dari 8,7 persen di tahun sebelumnya. Sementara kontribusinya di tahun 2011 mencapai 1,6 persen dari total pertumbuhan ekonomi sedikit meningkat dibandingkan tahun sebelumnya yang sebesar 1,5 persen. Tingginya aktivitas perekonomian tercermin dari meningkatnya kegiatan perdagangan baik perdagangan di tingkat besar maupun eceran yang tumbuh 10,0 persen diikuti subsektor hotel 9,0 persen dan restoran sebesar 4,1 persen di tahun 2011. Sebagai salah satu sektor penggerak pertumbuhan ekonomi, output dalam sektor perdagangan, hotel, dan restoran akan mendorong peningkatan output sektor-sektor lainnya. Didalam angka penganda output menurut sektor (untuk setiap juta rupiah perubahan permintaan akhir dalam

Input-Output 2005), sektor perdagangan, hotel dan restoran menempati peringkat 10. Artinya setiap kenaikan permintaan akhir maka terjadi peningkatan output di sektor perdagangan, restoran, dan hotel yang cukup besar. Berdasarkan keterkaitannya (backward and forward linkages) pada Input-Output 2005 sektor perdagangan merupakan salah satu sektor kunci. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan output sektor perdagangan akan mendorong peningkatan output sektor-sektor lainnya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sektor perdagangan, hotel, dan restoran adalah sektor yang paling penting dalam pembentukan ekonomi. (<http://www.kemenkeu.go.id> , diunduh pada tanggal 8 November 2016).

Hotel Shangri-la merupakan salah satu bagian dari perusahaan multinasional yang berasal dari Hong-Kong. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1971 oleh Robert Kuok, yang memiliki 111 hotel dan resort Berawal hanya dari 5 properti yang di miliki Singapura, Malaysia, dan Fiji dan kini usaha tersebut berkembang pesat dan menjadi salah satu hotel bintang lima yang terkenal di dunia. Pada tahun 1983, perusahaan berkembang pesat dan mengubah namanya menjadi Shangri-La Internasional yaitu sebuah nama yang diambil dari sebuah novel karya James Tillton yang berjudul Lost Horizon, yang kurang lebih artinya adalah surga, nirwana atau paradise. Legend of Shangri-La : *“He Left extraordinary sense of physical mental settlement, it was perfectly true he just liked being of Shangri-La”*.

Shangri-La hotel pertama kali di Indonesia di bangun di Jakarta tepatnya pada tahun 1991 ketika Pt. Sinar Galaxy berusaha untuk memperluas jaringan usahanya di bidang perhotelan. Sedangkan Shangri-La hotel Surabaya sebagai anak perusahaan dari Shangri-La Internasional tentunya mempunyai standart yang tidak berbeda dengan hotel-hotel yang berada dibawah sayap Shangri-La Internasional. Shangri-La memilih kota Surabaya karena kota ini merupakan kota terbesar kedua setelah Jakarta sebagai ibu kota terbesar di Indonesia. Surabaya banyak di kunjungi traveler baik domestic maupun luar negeri urusan bisnis atau rekreasi. Grand opening Shngri-La hotel Surabaya di resmikan pada tanggal 11 Januari 1995 oleh Jendral Manager Mr. Bensom T.S Puas. Di bangun atas kerja sama dengan mitra local seperti galaxy group dengan menggunakan bendera

Usaha PT. Sariputra Permai. (<https://fanyfenya.wordpress.com> , diunduh pada tanggal 8 November 2016).

Hotel Shangri-La merupakan salah satu hotel berbintang lima yang terkemuka di Jawa Timur yang menyediakan berbagai fasilitas guna memuaskan kebutuhan dan keinginan para pelanggan. Fasilitas-fasilitas tersebut meliputi *Rooms and Suit (executif room, horizon club executif room, premier suit, presidential suit, deluxe room, executive room)*, *Dining* terbagi menjadi dua yaitu *Restaurant, Bars dan Lounge (jamoo, cake shop, nishimura, portofino, shang palace, desperados grill and bar, lobby lounge, pool bar)*, *Health and Leisure (CHI the spa, health club)*, *Meetings and Events (events collection, experience it, request for proposal, event spaces)*, *Wedding and celebration (wedding planing, signature weddings, wedding packages, request for proposal, event spaces, honeymoon offers), photos and videos (video, photo gallery, guest gallery)*. (<http://www.shangri-la.com> , diunduh pada tanggal 8 November 2016).

Jamoo Restaurant adalah Restoran berciri khas Indonesia, unik dan pertama di Indonesia. Dulu restoran ini bernama *Coffe Garden* lalu berganti nama menjadi Jamoo dan sedikit melakukan perubahan dengan menyajikan masakan yang dapat disaksikan langsung atau live oleh para tamu, seperti live Sushi & Sashimi, live BBQ, live Ice Cream, Teppayaki, menyajikan menu a'la carte dengan Internasional menu. Disini tamu dan pengunjung dapat menikmati makanan dan minuman dengan di lengkapi suasana dan pemandangan renang didepannya. Grand Opening Jamoo yaitu pada tanggal 1 April 2006. Di terrace para tamu dapat menikmati light meals dengan berbagai minuman menyegarkan dengan disejukkan oleh circling overhead fans disepanjang tepi The Lagoon Pool dan Sunken Pool Bar. (<https://fanyfenya.wordpress.com>, diunduh pada tanggal 8 November 2016). Restoran jamoo ini dibuka pada pukul 06.00am (6 sore) – 10.00pm (10 malam) dengan *dresscode* yang harus dikenakan pelanggan yaitu berupa *dresscode* yang casual. Ruang makan restoran yang dirancang *sleekly* atau ruangan yang berada di teras luar serta lingkungan yang bersih dan nyaman dengan menghadirkan ruangan bebas rokok dan ruangan untuk para perokok akan menambah kenyamanan pelanggan yang ada di restoran. Untuk mencapai kepuasan pelanggan jamoo juga menghadirkan makanan Asia dan continental,

Buffet showcase termasuk berbagai antipasti, sushi, hot pot serta berbagai mie, dan wajan Cina. Tidak lupa juga dengan hidangan penutup seperti es krim Teppanyaki, air mancur yang mengalirkan coklat dan berbagai rasa Jamu tradisional. Satu lagi yang paling utama yaitu jamoo juga menawarkan pilihan untuk makan malam secara pribadi. (<http://www.shangri-la.com> , diunduh pada tanggal 8 November 2016).

Restoran Jamoo Hotel Shangri-La yang berada di jalan Mayjen Sungkono no 120 Surabaya menyajikan jamu gendong khas Indonesia kepada dunia dengan konsep yang unik. Restoran Jamoo ini secara langsung mendatangkan mbok jamu gendong yang berkeliling menjajakan jamunya kepada para tamu restoran. Konsep ini bertujuan untuk memperkenalkan kembali salah satu warisan kuliner tradisional asli Indonesia yang berkualitas kepada dunia, yaitu jamu gendong dengan ciri khas mbok jamu gendong. Renny, public relation restoran Jamoo, menuturkan bahwa sejarah jamu sendiri di Indonesia sudah ada sejak jaman kerajaan Mataram dari abad 8 hingga abad 10. Jamu berasal dari beberapa bahan seperti kunyit, jahe, temulawak yang diracik menjadi ramuan yang memiliki aroma sangat khas Indonesia. Jamu bermanfaat untuk kesegaran tubuh dan mengobati serta mencegah berbagai macam penyakit. Sehingga jamu banyak digemari masyarakat Indonesia. (<http://beritajatim.com>, diunduh pada tanggal 8 November 2016)

Renny Herwanto, Communications Manager Shangri-La Hotel Surabaya mengatakan “Shangri La Hotel kali ini hadirkan dua penjual jamu asli berasal dari Pagesangan dan Wonokromo-Surabaya berkeliling menawarkan minuman herbal. Ibu Jamu Gendong tersebut berkeliling saat dinner dan lunch. Pengunjung Shangri La Surabaya marak didatangi pelanggan saat Dinner ketimbang Lunch. Rata-rata pengunjung yang reservasi setiap waktu makan ada sekitar 100 hingga 150 orang, ini belum termasuk pengunjung walk-in (datang on the spot),” *Lensaindonesia.com*, Selasa (19/01/2016). Renny memnambahkan, di restoran *all you can eat* ini selain bisa menikmati sajian Western, Japanese, dan Chinese pengunjung juga bisa mencicipi citarasa nusantara. Harga yang di banderol untuk menikmati lunch di Jamoo adalah Rp.301.000,- / nett, dan Rp. 418.000,- / nett untuk dinner. Layanan breakfast di mulai pada pukul 06.00 – 10.00, sedangkan

lunch dimulai dari jam 12 siang hingga 3 sore dan dinner pada jam 6 sampai jam 10 malam. Ini akan menjaga agar pelanggan tidak bosan. “Di Restoran Jamoo pengunjung bisa mencicipi appetizer, soup, main course hingga dessert dari berbagai mancanegara. Menu yang diusung setiap harinya selalu berbeda sesuai cycle yang di buat oleh pihak management *food and baverage*. Saat lunch, pengunjung bisa menikmati 3 jenis soup, saat *breakfast* anda bisa mencicipi satu jenis sup lokal dan saat dinner akan selalu ada konsep yang berbeda setiap malamnya. Selain Jamoo restoran, Shangri La hotel menyediakan empat restoran lain, portofino, nishimura, shang palace dan cake shop,” tandas Renny. Di sisi lain, Yayuk sebagai icon Ibu Jamu Gendong yang di hadirkan oleh Shangri La hotel mengatakan, ada empat variasi jenis jamu yang di tawarkan, kunyit asem, beras kencur, sinom dan kunci pepet. Yang paling banyak diminati adalah kunyit asem dan sinom. (<http://www.lensaindonesia.com> , diunduh pada tanggal 8 November 2016).

Sebagai salah satu restoran di surabaya yang ingin terus bertahan dan semakin berkembang maka restoran Jamoo Shangri-La perlu meningkatkan *experiential loyalty*. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui variabel variabel yang mempengaruhi niat membeli ulang. Dalam penelitian ini adapun faktor-faktor yang diteliti yaitu, *interaction quality*, *phsycal information quality*, *experiential quality*, dan *experiential satisfaction* di dalam mempengaruhi *experiential loyalty*.

Experiential Loyalty berasal dari dua kata yaitu, *Experiential* dan *Loyalty*. Sedangkan *Experiential* sendiri berasal dari kata “*experience*” yang berarti pengalaman. Menurut Pine dan Gilmore (1996), pengalaman merupakan suatu peristiwa yang terjadi dan dirasakan oleh masing-masing individu secara personal yang dapat memberikan kesan tersendiri bagi individu yang merasakannya. Dengan kata lain, pengalaman juga merupakan hasil dari pengamatan atau partisipasi individu pada suatu peristiwa, dimana peristiwa itu adalah nyata dan apa yang sebenarnya terjadi. Oleh karenanya, pengalaman akan melibatkan kedua sisi kehidupan manusia, yaitu sisi rasional dan emosional. Sedangkan menurut Menurut Oliver (1997) *loyalitas* adalah komitmen untuk bertahan secara mendalam untuk melakukan pembelian ulang atau berlangganan kembali produk

atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. *Experiential Loyalty* (Beyond Philosophy, 2013) adalah hasil dari pengalaman emosional konsisten positif, yang meliputi produk atau jasa. Restoran Jamoo Shangri-la memiliki experiential loyalty hal ini dibuktikan dengan fakta bahwa restoran jamoo shngri-la memiliki tempat cukup menarik untuk dikunjungi dilihat dari suasana dan tata dekorasi dari restoran sendiri yang unik, bersih, serta memberikan kesan elegan sehingga dapat membuat pelanggan menjadi nyaman dan ingin kembali lagi ke restoran tersebut. Jamoo juga memiliki ruangan bagi para perokok dan non perokok. ruangan sleekly yang berada di teras ruangan dekat dengan kolam renang dikelilingi beberapa pohon dan juga tanaman juga menambah suasana yang sejuk dan menambah kesan bagi konsumen seperti sedang berada di sebuah pulau.

Gambar 1.1: Ruangan Restoran Jamoo Surabaya



Sumber : Data Diunduh, 2016

Menurut Anton (1996) *Experiential satisfaction* adalah keadaan pikiran dimana, kebutuhan individu, keinginan, dan harapan terhadap seluruh produk dari pelayanan kehidupan pelayanan yang telah memenuhi atau melampaui, sehingga terjadi pembelian kembali di masa depan. Mano dan Oliver (1993) menyatakan bahwa *experiential satisfaction*, produk-menghasilkan pengaruh tinggi yang berhubungan dengan kepuasan. Restoran Jamoo Shangri-La memiliki *experiential satisfaction* hal ini terbukti dengan pelayanan baik dari produk maupun jasa yang ditawarkan kepada pelanggan sangat memuaskan pelanggan. Hal ini dapat dilihat mulai dari berbagai makanan baik makanan lokal, asia, maupun internasional disediakan bagi para pelanggan. Ada inovasi terbaru lagi yang disediakan pihak restoran yaitu para tamu juga bisa menikmati jamu tradisional secara langsung dari “mbok” jamu gendong. Seperti dikemukakan Renny, Public Relations Shangri-La Hotel Surabaya, restoran Jamoo menawarkan para tamunya untuk mencoba ramuan jamu tradisional yang diyakini ada sejak jaman kerajaan Mataram pada abad 8 sampai abad ke 10 sebagai warisan asli Indonesia. “Mbok Jamu akan hadir langsung selama lunch time dan diner time setiap harinya,” jelas Renny kepada awak media di Surabaya, Selasa (19/1/2016). Selain itu, di restoran Jamoo, para tamu dapat menikmati cicle menu sarilaut diatas susunan es yang membuat tampak segar, seperti udang, kepiting, skalop dan oyster di booth sarilaut. Sedang bagi yang menyukai daging bisa langsung menuju ke booth daging panggang. Dan bagi yang gemar makanan bercita rasa Asia seperti Butter Chicken Masala (India), Tom Rang Muoi (Vietnamese) or Duck Green Curry (Thailand) pasti akan dirotasi setiap hari di booth Asia agar memberikan pengalaman yang berbeda saat bersantap di restoran Jamoo.

Selain itu, di restoran Jamoo juga tersedia booth makanan lokal seperti Ayam Bakar yang dipadu dengan pilihan sambal khusus, serta booth Sashimi dengan beragam hand-made Sushi. Di restoran Jamoo yang berkonsep buffet (makan sepuasnya), para tamu juga bisa melihat aksi langsung para koki serta sembilan booth yang menyajikan beragam kuliner Indonesia, Asia dan India serta sajian favorit Barat. (<http://kabarsurabaya.com>, diunduh pada tanggal 10 November 2016) Melalui konsep pelayanan tersebut menunjukkan adanya kepuasan pelanggan yang tinggi.

Gambar 1.2 : suasana pelayanan Restoran Jamoo Surabaya



Sumber : Data Diunduh, 2016

Menurut Chen & Chen (2010) *Experiential quality* adalah hasil psikologis yang diberikan kepada wisatawan yang berpartisipasi dalam kegiatan pariwisata. Restoran Jamoo memiliki *experiential quality* hal ini dibuktikan melalui fitur dan karakteristik produk dan jasa yang diberikan restoran jamoo kepada pelanggan. Dilihat dari tampilan fisik restoran jamoo yang memberikan kesan nyaman dan elegan selain itu area jamoo yang sangat luas memiliki banyak meja dan kursi untuk pengunjung yang datang. Sebagian besar meja dan kursi terbuat dari kayu dan juga disediakan sofa bagi para pengunjung. Penataan makanan pun begitu unik dimana semua makanan didisplay di berbagai sudut sehingga terlihat seperti surga makanan. Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan pun membuat pelanggan cukup terkesan dimana pelanggan akan langsung disambut hangat oleh waiters dan manajemen dari restoran lalu kemudian diajak untuk memilih tempat duduk, selain itu salah satu pelayanan yang memuaskan yaitu waiters juga akan dengan sigap melayani pelanggan yang membawa anak bayi dengan langsung menyiapkan kursi bayi. (www.shangri-la.com , diunduh pada tanggal 29 November 2016). Didalam penelitian ini *experiential quality* terbagi menjadi dua yaitu *interaction quality*, *physical environment quality*, (Cronin and Taylor,1994; Wu dan Li, 2004)

Dalam penggunaan model penelitian ini muncullah perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang, hal ini disebabkan adanya perbedaan objek penelitian. Pada penelitian terdahulu menggunakan objek

penelitian pariwisata golf sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan objek penelitian restoran yang mewah.

Dalam meningkatkan kepuasan yang baik bagi pelanggan yang datang ke restoran hotel maka *interaction quality* sangatlah berperan penting. Menurut Surprenant & Solomon (1987) *Interaction Quality* adalah merupakan interaksi antara pelanggan restoran dan tenaga pelayanan. Pelayanan menjadi sesuatu yang penting atau bersifat permanen dan memiliki karakteristik tidak terpisahkan, Oleh karena itu aliran dua arah antara yang terjadi selama pelayanan sering memiliki dampak terbesar pada persepsi kualitas pelayanan (Brady and Cronin, 2001). Seperti pada restoran jamoo para staff dan karyawan memberikan pelayanan dengan cara interaksi yang hangat kepada para pelanggan. Para karyawan menyambut para pelanggan dengan ramah begitu pelanggan sampai di tempat dan langsung mengantarkan ke meja tujuan pelanggan. Para karyawan juga sigap membantu pelanggan yang membutuhkan bantuan.

Sejumlah penelitian telah menganggap bahwa lingkungan fisik atau bangunan memiliki pengaruh pada evaluasi layanan pelanggan (Crane and Clarke, 1988; Bitner, 1992; McAlexander et al., 1994). Menurut Bitner (1992) *Physical Environment Quality* adalah dimensi yang berfokus pada penyampaian kualitas dari fasilitas bangunan, yang bertentangan dengan dimensi lingkungan alam atau sosial. Seperti pada restoran jamoo sendiri yang memiliki design tata ruang dan bangunan yang cukup unik dan menarik, sehingga pelanggan yang datang merasakan kesan elegan dan mewah saat pertama kali mengunjungi restoran. Design ruangan memiliki kriteria vintage mengingatkan pelanggan seperti berada di jaman dahulu dicampur dengan gaya yang modern. Kebersihan lingkungan tidak hanya dijaga di ruang makan saja tetapi juga di tempat lain seperti toilet sangat diperhatikan oleh pihak manajemen restoran. Lokasi yang juga ditengah perkotaan dan sangat mudah bagi para pelanggan untuk menjangkau lokasi tersebut dan sangat dekat dengan tol. Makanan yang disajikan pun beragam tidak hanya makanan lokal yang menjadi andalan utama tetapi makanan luar yang menambah kesan elegan juga hadir untuk memuaskan para pelanggan. Simbol yang digunakan untuk restoran pun begitu unik melambangkan asal muasal dari restoran sendiri dan memiliki filosofi tersendiri bagi restoran.

1.2 Batasan Penelitian

1. Penelitian ini meneliti tentang pengaruh *interaction quality*, *physical environment quality*, terhadap *experiential quality*, dan *experiential quality* terhadap *experiential satisfaction* yang mempengaruhi *experiential loyalty* terhadap Restoran Jamoo Surabaya
2. Pengujian terhadap model yang diteliti menggunakan data dari hasil pembagian kuesioner kepada objek yang diteliti.
3. Adapun responden yang diteliti sebagai berikut : responden yang berdomisili di Surabaya, responden yang pernah melakukan kunjungan 2 kali baik pria maupun wanita dari umur 18-60 tahun
4. Perhitungan dan analisis hasil kuesioner menggunakan alat bantu software

1.3 Rumusan Masalah

Adapun masalah dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi *experiential loyalty* terhadap Restoran Jamoo di Surabaya. Selanjutnya untuk menjawab pada penelitian tersebut akan digunakan pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut :

1. Apakah *interaction quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *experiential quality* pada restoran Jamoo di Surabaya
2. Apakah *physical environment quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *experiential quality* pada restoran Jamoo di Surabaya
3. Apakah *experiential quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *experiential satisfaction* pada restoran Jamoo Surabaya
4. Apakah *experiential satisfaction* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *experiential loyalty* pada restoran Jamoo Surabaya

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah untuk menganalisis :

1. Untuk mengetahui pengaruh dari *interaction quality* terhadap *experiential quality* pada pelayanan restoran Jamoo Surabaya.

2. Untuk mengetahui pengaruh dari *physical environment quality* terhadap *experiential quality* pada pelayanan restoran Jamoo di Surabaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh dari *experiential quality* terhadap *experiential satisfaction* pada pelayanan restoran Jamoo di Surabaya.
4. Untuk mengetahui pengaruh dari *experiential satisfaction* terhadap *experiential loyalty* pada pelayanan restoran Jamoo di Surabaya.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang akan 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 *interaction quality*, *physical environment quality*, *experiential quality*, *experiential satisfaction* yang mempengaruhi *experiential loyalty* serta bagaimana masing-masing teori mempengaruhi satu dengan yang lainnya. Selain itu hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai acuan bagi penelitian selanjutnya dimasa yang akan datang.

1.5.2 Manfaat Praktis

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

1. Instansi yang terkait dengan penelitian ini yaitu Hotel Shangri-la di Surabaya, agar bisa menjadikan penelitian ini sebagai salah satu sumber data untuk mengembangkan *experiential loyalty* bagi pelanggan restoran jamoo kedepannya agar lebih banyak peminatnya.
2. Memberikan pengetahuan tambahan untuk manajer dan pihak-pihak yang terkait untuk memberikan perhatian lebih baik kepada kualitas produk, kualitas layanan, dan fasilitas-fasilitas lainnya sehingga memberi kepuasan bagi pelanggan agar terus memiliki niat untuk membeli ulang dan memakai jasa dari produk restoran jamoo .

1.6 Sistematika Penulisan

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

BAB I : Pendahuluan

Bab ini berisi tentang ulasan mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Tujuan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

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

BAB III : Metode Penelitian

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

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.