

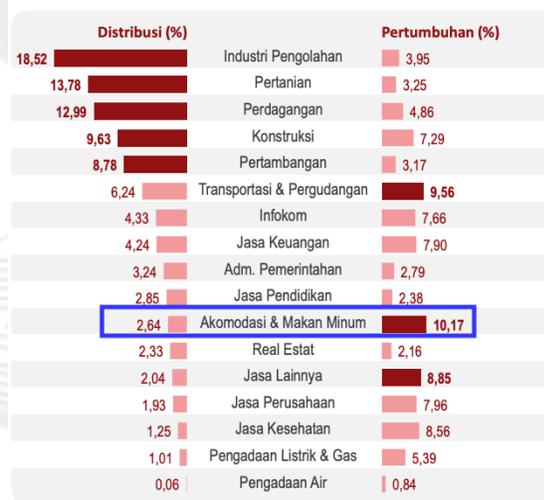
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan industri kuliner yang pesat tidak hanya berdampak pada sektor makanan dan minuman, tetapi juga berkontribusi terhadap perkembangan sektor perhotelan yang erat kaitannya dengan industri pariwisata. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia, industri kuliner menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dengan sektor akomodasi dan layanan makanan mencatat peningkatan sebesar 10,17% secara tahunan pada kuartal kedua tahun 2024.

DISTRIBUSI DAN PERTUMBUHAN PDB MENURUT LAPANGAN USAHA
Triwulan 2-2024 (y-on-y)



Sumber: BPS Statistics Indonesia (2024)

Pertumbuhan ini menegaskan bahwa sektor kuliner tidak hanya berperan dalam memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat, tetapi juga menjadi salah satu kontributor utama terhadap perekonomian nasional. Dengan tren positif ini, industri kuliner

diprediksi akan terus berkembang seiring dengan meningkatnya mobilitas masyarakat, perubahan preferensi konsumen, serta dukungan dari sektor pariwisata dan teknologi digital

Sektor perhotelan dapat mendukung industri pariwisata, di mana keterkaitan erat antara layanan akomodasi dan sektor pariwisata memberikan kontribusi positif bagi perekonomian, baik bagi pelaku usaha perhotelan maupun pemerintah daerah. Pada tahun 2024, Jawa Timur mencatat pertumbuhan signifikan dengan penambahan 272 hotel baru, menjadikannya provinsi dengan peningkatan akomodasi tertinggi di Indonesia. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah hotel di Jawa Timur meningkat dari 3.783 unit pada tahun 2023 menjadi 4.055 unit pada tahun 2024. Peningkatan ini menjadikan Jawa Timur sebagai provinsi dengan jumlah hotel baru terbanyak di Indonesia pada tahun tersebut. Sebagai destinasi wisata yang kaya akan warisan budaya, sejarah, dan keindahan alam, pertumbuhan sektor perhotelan di Jawa Timur mencerminkan tingginya minat wisatawan untuk berkunjung. Selain itu, perkembangan ekonomi di kota-kota strategis seperti Surabaya turut berkontribusi terhadap ekspansi industri perhotelan di wilayah ini.

Berikut adalah tabel yang merangkum pertumbuhan jumlah hotel di Indonesia selama periode 2020 – 2024 dan Jawa Timur menjadi provinsi jumlah hotel baru terbanyak di Indonesia (no 15)

Provinsi/ Province	Tahun / Year				
	2020	2021	2022	2023	2024
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
01. Aceh	481	506	548	549	565
02. Sumatera Utara	1.452	1.412	1.352	1.353	1.441
03. Sumatera Barat	889	842	869	946	1.073
04. R i a u	506	477	525	528	520
05. J a m b i	235	236	216	217	220
06. Sumatera Selatan	478	487	567	568	564
07. Bengkulu	233	222	246	248	258
08. Lampung	411	363	438	439	509
09. Kep. Bangka Belitung	196	183	198	200	211
10. Kepulauan Riau	463	397	394	398	421
11. DKI Jakarta	939	893	870	870	1.052
12. Jawa Barat	3.145	3.088	3.103	3.119	3.125
13. Jawa Tengah	2.006	2.003	1.986	2.019	2.279
14. D.I. Yogyakarta	1.848	1.696	1.818	1.820	2.000
15. Jawa Timur	4.293	3.815	3.782	3.783	4.055
16. B a n t e n	534	453	458	458	485
17. B a l i	4.784	3.345	3.874	3.895	4.154
18. Nusa Tenggara Barat	1.068	603	888	892	1.078
19. Nusa Tenggara Timur	525	487	605	612	654
20. Kalimantan Barat	524	508	502	509	545
21. Kalimantan Tengah	518	495	509	514	534
22. Kalimantan Selatan	478	440	491	491	503
23. Kalimantan Timur	670	650	628	629	678
24. Kalimantan Utara	143	143	138	138	146
25. Sulawesi Utara	339	290	266	266	282
26. Sulawesi Tengah	668	661	611	613	691
27. Sulawesi Selatan	1.033	1.000	986	993	1.067
28. Sulawesi Tenggara	527	483	466	467	481
29. Gorontalo	127	125	134	135	143
30. Sulawesi Barat	172	143	163	163	184
31. Maluku	362	360	355	356	363
32. Maluku Utara	278	289	317	318	336
33. Papua Barat	238	235	228	229	98
34. Papua Barat Daya	-	-	-	-	146
35. P a p u a	260	277	269	270	130
36. Papua Selatan	-	-	-	-	51
37. Papua Tengah	-	-	-	-	90
38. Papua Pegunungan	-	-	-	-	43
Indonesia	30.823	27.607	28.800	29.005	31.175

Sumber: BPS - Statistik Hotel dan Akomodasi Lainnya di Indonesia 2024

Di Surabaya, industri makanan dan minuman terus menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Pada tahun 2023, omzet sektor ini mengalami peningkatan rata-rata hingga 90%, didorong oleh pulihnya ekonomi dan meningkatnya minat konsumen terhadap pengalaman kuliner yang lebih beragam. Selain itu, banyak investor dari Jakarta dan kota lain mulai melakukan ekspansi bisnis F&B ke Surabaya, melihat potensi pasar yang menjanjikan (*Bisnis.com, 2023*).

Tren perubahan preferensi konsumen juga semakin nyata, konsumen mencari pengalaman kuliner yang tidak hanya menawarkan rasa, tetapi juga menghadirkan aspek visual, suasana, dan keterlibatan sosial. Selain itu, industri perhotelan di Surabaya juga mengalami pemulihan yang signifikan setelah pandemi. Pada paruh kedua tahun 2023, tingkat okupansi hotel dan jumlah kunjungan tamu kembali mendekati level sebelum pandemi. Kebangkitan ini didorong oleh peningkatan kegiatan bisnis, event offline, serta wisata domestik yang mulai kembali normal (*Kompas, 2024*).

Restoran hotel sering kali menjadi destinasi utama bagi wisatawan yang ingin menikmati keunikan masakan lokal maupun internasional dalam suasana yang mewah. Dengan konsep dan tema yang beragam, restoran hotel mampu menghadirkan pengalaman kuliner yang tidak hanya menggugah selera tetapi juga memberikan kesan mendalam melalui layanan berkualitas tinggi, variasi menu yang menarik, serta atmosfer yang mendukung. Kini, restoran hotel tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap layanan akomodasi, tetapi juga menjadi salah satu sumber pendapatan utama bagi industri perhotelan, terutama di kota besar dan destinasi wisata (Kwon et al, 2014). Keberhasilannya dalam menarik pelanggan tidak hanya bergantung pada kualitas hidangan, tetapi juga pada profesionalisme layanan, kenyamanan suasana, serta keseimbangan antara harga dan nilai yang diberikan.

Di Surabaya, sektor kuliner, termasuk restoran hotel, memberikan kontribusi signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD). Pajak dari industri hotel dan restoran menjadi salah satu sumber pemasukan utama bagi pemerintah daerah, dengan kontribusi pajak restoran mencapai 8,06% dan pajak hotel sekitar 4,96% terhadap PAD

dalam periode 2015–2019 (Jariyah, 2020). Secara nasional, industri kuliner juga memiliki andil besar dalam sektor pariwisata, dengan sekitar 45% dari pengeluaran wisatawan dialokasikan untuk kuliner dan belanja. Bahkan, kuliner menyumbang sekitar 41% dari Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif Indonesia, dengan nilai mencapai Rp 455,44 triliun (Unimma, 2025). Angka ini menunjukkan bahwa restoran hotel tidak hanya mendukung industri perhotelan, tetapi juga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi daerah dan nasional.

Meskipun banyak penelitian sebelumnya telah membahas faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam industri restoran, masih terdapat beberapa kesenjangan penelitian dalam konteks restoran hotel, khususnya di Surabaya. Beberapa penelitian terdahulu lebih berfokus pada restoran independen atau jaringan restoran cepat saji, sementara studi yang secara spesifik membahas hubungan antara kualitas layanan, suasana, harga, dan reputasi restoran hotel terhadap loyalitas pelanggan masih terbatas.

Selain itu, sebagian besar penelitian yang membahas loyalitas pelanggan di restoran hotel cenderung menekankan aspek kualitas makanan dan layanan (Ryu et al., 2012; Han & Hyun, 2017). Namun, faktor lain seperti harga dan nilai yang dirasakan pelanggan serta dampaknya terhadap kepuasan dan niat berkunjung kembali masih belum banyak dieksplorasi dalam konteks restoran hotel di Indonesia. Padahal, dalam realitas bisnis, persepsi harga yang tinggi sering kali menjadi alasan utama mengapa pelanggan memilih untuk tidak kembali ke restoran hotel, meskipun kualitas makanan dan layanan tergolong baik.

Lebih lanjut, meskipun reputasi restoran telah terbukti berperan penting dalam keputusan pembelian pelanggan (Wu, 2014; Hallmann et al., 2015), masih sedikit penelitian yang meneliti bagaimana reputasi restoran hotel berkontribusi terhadap niat berkunjung kembali dan loyalitas pelanggan. Terlebih di era digital saat ini, reputasi sebuah restoran sangat dipengaruhi oleh ulasan online dan media sosial, namun belum banyak studi yang mengintegrasikan faktor ini dalam model loyalitas pelanggan di restoran hotel.

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis peran kualitas makanan, layanan, harga dan nilai, suasana, serta reputasi restoran terhadap kepuasan, niat berkunjung kembali, dan loyalitas pelanggan. Dengan menggunakan Lime Restaurant di Four Points Tunjungan Plaza sebagai objek penelitian, studi ini diharapkan dapat memberikan wawasan strategis bagi industri perhotelan dalam meningkatkan pengalaman pelanggan, membangun reputasi positif, serta memperkuat loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang semakin ketat.

1.2 Rumusan Masalah

Menurut latar belakang yang dijelaskan sebelumnya, restoran hotel tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap layanan akomodasi, tetapi juga menjadi salah satu sumber pendapatan utama, terutama di kawasan perkotaan atau destinasi wisata. Namun, persaingan yang semakin ketat di industri ini, ditambah dengan tingkat kunjungan ulang pelanggan yang relatif rendah, menjadi tantangan utama. Salah satu faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan adalah persepsi harga makanan yang tinggi, yang mendorong pelanggan untuk memilih restoran lain yang lebih terjangkau. Selain itu,

meskipun reputasi restoran memainkan peran penting dalam keputusan pembelian pelanggan (Tulus et al., 2014), masih sedikit penelitian yang meneliti secara spesifik kontribusi reputasi restoran hotel terhadap loyalitas dan niat berkunjung kembali. Di era digital, ulasan online dan media sosial semakin berpengaruh dalam membentuk reputasi restoran (Listyorini & Ridanata, 2024), tetapi integrasi faktor ini dalam model loyalitas pelanggan di restoran hotel masih minim eksplorasi.

Untuk menghadapi tantangan ini, fokus pada kepuasan pelanggan menjadi hal yang krusial. Faktor-faktor seperti kualitas makanan, layanan, suasana, serta nilai dan harga berperan signifikan dalam membangun niat pelanggan untuk kembali berkunjung. Penelitian Pardede dan Sagala (2023) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan lingkungan restoran memiliki dampak signifikan terhadap niat berkunjung kembali pelanggan, sementara studi Prihyan (2020) menegaskan bahwa kualitas layanan dan atmosfer restoran berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas. Oleh karena itu, dalam konteks Lime Restaurant di Four Points Tunjungan Plaza, penting untuk memahami bagaimana faktor-faktor tersebut, termasuk reputasi yang terbentuk dari ulasan online, memengaruhi pengalaman pelanggan serta keputusan mereka untuk berkunjung ulang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, suasana, dan reputasi restoran terhadap kepuasan pelanggan serta bagaimana reputasi restoran berkontribusi terhadap loyalitas dan niat kunjungan ulang. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan strategis bagi manajemen dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, membangun reputasi positif, memperkuat

loyalitas, dan mendukung keberlanjutan bisnis restoran hotel di tengah persaingan yang semakin ketat.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian sebelumnya mengenai fenomena penelitian, maka dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas makanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Lime Restaurant Four Points Tunjungan Plaza?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Lime Restaurant Four Points Tunjungan Plaza?
3. Apakah harga dan nilai berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Lime Restaurant Four Points Tunjungan Plaza?
4. Apakah suasana restoran berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Lime Restaurant Four Points Tunjungan Plaza?
5. Apakah reputasi restoran berpengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali di Lime Restaurant Four Points Tunjungan Plaza?
6. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali di Lime Restaurant Four Points Tunjungan Plaza?
7. Apakah niat berkunjung kembali berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di Lime Restaurant Four Points Tunjungan Plaza?
8. Apakah niat berkunjung kembali memberikan pengaruh mediasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Lime Restaurant Four Points Tunjungan Plaza?

1.4 Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah yang telah disebutkan, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisa kualitas makanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Lime Restaurant Four Points Tunjungan Plaza
2. Untuk menguji dan menganalisa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Lime Restaurant Four Points Tunjungan Plaza
3. Untuk menguji dan menganalisa harga dan nilai berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Lime Restaurant Four Points Tunjungan Plaza
4. Untuk menguji dan menganalisa suasana restoran berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Lime Restaurant Four Points Tunjungan Plaza
5. Untuk menguji dan menganalisa reputasi restoran berpengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali di Lime Restaurant Four Points Tunjungan Plaza
6. Untuk menguji dan menganalisa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali di Lime Restaurant Four Points Tunjungan Plaza

7. Untuk menguji dan menganalisa niat berkunjung kembali berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di Lime Restaurant Four Points Tunjungan Plaza
8. Untuk menguji dan menganalisa niat berkunjung kembali memberikan pengaruh mediasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Lime Restaurant Four Points Tunjungan Plaza

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat dilihat dari dua sudut pandang yaitu secara teoritis dan secara praktis. Manfaat teoritis mencakup kontribusi terhadap pengembangan akademik, sementara manfaat praktis mencakup relevansinya dengan kebutuhan praktis di lapangan.

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan berarti bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran, terutama dalam hal memahami hubungan antara kualitas produk, layanan, harga, suasana, reputasi, kepuasan pelanggan, niat berkunjung kembali, dan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian juga dapat memperkaya literatur mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan di industri restoran dan perhotelan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah memberikan pemahaman yang lebih mendalam bagi manajemen Lime Restaurant Four Points Tunjungan

Plaza dalam merumuskan strategi untuk meningkatkan kualitas layanan, suasana restoran, pengelolaan harga, dan reputasi guna memenuhi ekspektasi pelanggan. Penelitian ini juga dapat membantu restoran dalam memahami faktor-faktor yang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan, niat berkunjung kembali, dan loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi pedoman bagi restoran lain dalam industri perhotelan untuk memperbaiki pengalaman pelanggan dan mendorong pertumbuhan yang lebih stabil dalam sektor pariwisata dan ekonomi lokal.

1.6 Batasan Penelitian

1. Penelitian ini mereplikasi model penelitian sebelumnya yang dibuat oleh Mannan & Cowdhury (2019) dan Cakici (2018). Penelitian ini dibuat dengan kriteria tertentu dan telah disesuaikan dengan konsumen yang ada di Indonesia.
2. Penelitian ini hanya dilakukan di Lime Restaurant, Four Points by Sheraton Tunjungan Plaza, Surabaya. Penelitian ini hanya mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas, yaitu kualitas makanan, kualitas layanan, harga dan nilai, suasana restoran, serta reputasi restoran.
3. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan Lime Restaurant yang telah melakukan kunjungan dalam tahun 2023 - 2024.

1.7 Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun dengan mengikuti struktur yang terbagi dalam 5 bab, yaitu:

1. **Bab 1: Pendahuluan**

Bab ini menguraikan latar belakang topik yang dibahas serta permasalahan yang menjadi fokus dalam penelitian ini.

2. **Bab 2: Tinjauan Literatur**

Pada bab ini, penelitian menyajikan rangkuman teori-teori yang relevan dengan topik yang diteliti, serta menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti berdasarkan referensi dari berbagai sumber ahli.

3. **Bab 3: Metode Penelitian**

Bab ini menjelaskan pendekatan dan metode yang digunakan dalam penelitian, termasuk penentuan populasi dan sampel. Selain itu, juga dibahas mengenai uji instrumen penelitian yang dilakukan sebelum instrumen utama disebarkan.

4. **Bab 4: Hasil dan Pembahasan**

Pada bab ini, disajikan hasil analisis dari data yang telah dikumpulkan dan diproses menggunakan metode penelitian yang telah dijelaskan di bab sebelumnya, serta pembahasan mengenai temuan yang diperoleh.

5. **Bab 5: Kesimpulan**

Bab ini mengulas kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian secara keseluruhan, serta implikasi dari temuan-temuan yang telah dianalisis.