

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Bisnis restoran cepat saji merupakan salah satu bisnis yang berkembang pesat sejak 1912 di Amerika, Fast Food menjadi salah satu pilihan utama dalam memenuhi kebutuhan pangan sehari-hari bagi Sebagian banyak orang. Menu yang ditawarkan pun beragam dari burger hingga sekarang nasi goreng, perkembangan makanan dan minuman ini akan terus tumbuh dan berkembang karena pada dasarnya manusia membutuhkan bahan pangan agar bisa tetap bertahan hidup karena itu juga dibutuhkan variasi dalam makanan agar bisa menarik konsumen. Dalam hal ini sekarang terdapat banyak restoran cepat saji yang baru buka serta fasilitas dan menu yang berkembang pesat, sekarang terdapat banyak pilihan yang ditawarkan mulai dari yang sederhana hingga bertarif exclusive dengan berbagai variasi makanan cepat saji, Menurut Andre Smith menjelaskan Laporan kami memberikan pandangan terkait pangsa pasar restoran cepat saji yang kompetitif seiring dengan perkembangan jaringan bisnis brand-brand ini di Indonesia (*Laporan GapMaps: Restoran Cepat Saji Di Indonesia Belum Samai Standar Internasional - TopBusiness*, n.d.). Namun, kami juga menemukan bahwa setelah disesuaikan dengan tingkat pendapatan daerah yang ada, keberadaan restoran cepat saji di Indonesia masih belum menyamai standar internasional. Hal ini berarti masih ada banyak peluang untuk pertumbuhan, yang tentunya dipengaruhi oleh pertumbuhan pendapatan masyarakat yang berkelanjutan dan merata, (www.topbusiness.id, diunduh pada tanggal 5 Februari 2024)

Menurut Budiarjo bisnis restoran cepat saji kian pulih semenjak meredanya pandemi yang menghapuskan sejumlah pembatasan. Himpunan Peritel & Penyewa Pusat Perbelanjaan Indonesia (HIPPINDO) menilai bisnis restoran sudah mendapatkan kepercayaan masyarakat Kembali (*Bisnis Restoran Cepat Saji Terus Tumbuh, Begini Kata Hippindo*, n.d.). Resto cepat saji itu berada di payung besarnya bisnis restoran. Artinya, baik resto cepat saji, kafe atau restoran model apapun saat ini sudah mulai pulih karena kondisi PPKM dilonggarkan, Di seluruh dunia memang bisnis restoran berkembang pesat. Misalnya Starbucks. Selain itu, artisan lokal juga berkembang pesat seperti Kopi Kenangan. Memang milenial selalu ada keinginan berbeda, (www.kontan.co.id, diunduh pada tanggal 5 Februari 2024). Di era modern ini dengan adanya perubahan teknologi serta gaya hidup yang begitu cepat, membuat industry makanan cepat saji semakin tidak terpisahkan. Meskipun makanan ini memiliki berbagai dampak positif tetapi juga memiliki dampak negatif bagi lingkungan dan Kesehatan bagi pengonsumsi.

Berdasarkan data dari Kementerian Pertanian, konsumsi fast food menyumbang sebanyak 28% dari total kalori yang dikonsumsi oleh masyarakat perkotaan. Konsumsi fast food di Indonesia pun terus meningkat setiap tahun, seiring dengan perkembangan industri fast food. Pada tahun 2018, industri makanan cepat saji bernilai sekitar \$570 miliar di seluruh dunia. Di Indonesia, restoran cepat saji seperti McDonald's, KFC, dan Burger King menjadi semakin populer. Pertumbuhan ekonomi, urbanisasi, perubahan gaya hidup, dan kepadatan penduduk yang tinggi merupakan faktor-faktor utama di balik peningkatan konsumsi fast food. Pertumbuhan industri fast food yang signifikan sangat memengaruhi pola konsumsi masyarakat di Indonesia. Konsumsi fast food sangat

populer di kalangan anak muda di Indonesia. (www.kompasiana.com, diunduh pada tanggal 5 Februari 2024)



Gambar 1.1 Suasana Pepper Lunch

Sumber: www.pepperlunch.id (diunduh pada tanggal 27 Juni 2024)

Salah satu restoran cepat saji yang menarik di Indonesia yaitu Pepper Lunch, Pepper Lunch adalah restoran cepat saji yang berasal dari Jepang yang sudah berdiri sejak 1994 oleh chef dan penemu Kunio Ichinose. Konsep yang dipakai oleh pepper lunch sendiri adalah DIY (*Do It Yourself*) dengan 200 outlets di Jepang, Singapore, China, Korea Selatan, serta negara asia lainnya (*Pepper Lunch*, n.d.). Pepper Lunch sendiri di Indonesia menjalin kerja sama dengan Boga Group dimana awalnya Pepper Lunch dibuka di Indonesia dan mengalami kesuksesan ditahun pertama sehingga membuat Boga Group membuka Cabang ditahun yang sama yaitu di Bandung dan Surabaya. Pepper Lunch di Surabaya terdapat 4 cabang saat ini yaitu terletak di Tunjungan Plaza Mall, East Coast Surabaya, Pakuwon Mall, serta Galaxy Mall dimana disetiap Mallnya memiliki ciri khas yang berbeda dimana seperti di Tunjungan Plaza Mall yang memiliki konsep Restoran cepat saji dengan Interior yang baru serta Wallpaper yang bagus sehingga membuat pelanggan yang baru maupun yang lama merasa Pepper Lunch melakukan perombakan yang cukup

signifikan dari segi Interior designnya serta lampu” yang terkesan lebih hangat dan dinding-dinding yang dapat menjaga keprivasian dalam memakan Pepper Lunch.

Pepper Lunch sendiri memiliki berbagai variasi menu yang dapat dicoba serta variasi harganya dimana setiap menu memiliki ciri khas masing-masing serta promonya tersendiri. Menu yang paling direkomendasikan dalam mencoba Pepper Lunch sendiri yaitu Beef Pepper Rice dimana menu ini yang paling sering dipesan oleh pelanggan lama maupun yang baru, dengan kita memesan menu kita juga bisa memesan add-ons yang ingin ditambahkan ke menu kita semacam custom order seperti menambah Telur, Jamur, Keju dll. Dengan variasi side dish yang bisa dicoba membuat restoran Pepper Lunch ini terasa lebih nikmat dan enak dikarenakan terdapat bumbu yang sudah disediakan oleh Pepper Lunch sendiri disitu terdapat 3 macam bumbu yaitu Asin, Manis, Pedas yang bisa ditambahkan kedalam sajian makanan kedalam Iron Plate yang sudah disediakan, Pepper Lunch juga memberikan kesempatan bagi pelanggan untuk memasak diatas Iron Plate yang panas bersuhu 260 derajat Celcius (www.ayomakan.com, diunduh pada tanggal 13 Februari 2024). Pepper Lunch hanya memberikan makanan yang belum matang ke Iron Plate sehingga Konsumen hanya perlu membolak-balik makanan yang sudah disediakan hingga matang Sempurna.

Pepper Lunch Memiliki beberapa pesaing Seperti Hokben dan Yoshinoya sebagai pesaing utama karena keduanya memiliki kemiripan dari segi Fast Food Restaurant dimana disajikan secara instan, Tetapi perbedaan dikeduanya adalah dimana Hokben serta Yoshinoya dibandingkan dengan Pepper Lunch terlentak dimana Hokben dan Yoshinoya sudah disajikan sehingga siap makan tetapi Pepper Lunch mengharuskan kita untuk memasak nasi serta lauk yang belum matang

secara self cooking dan juga memiliki pendekatan yang berbeda dari keduanya dari segi bumbu yang ditawarkan serta menu-menu beragam dari ketiga restoran tersebut. Dari ketiga restoran tersebut Pepper Lunch memiliki harga yang premium dibandingkan dengan restoran lainnya, Serta Pengalaman dari setiap restoran pastinya berbeda-beda dari segi Penyajiannya dimana Hokben dan Yoshinoya langsung disajikan secara langsung apabila Pepper Lunch lebih condong untuk dimasak secara mandiri dimana Pepper Lunch lebih memilih menggunakan Steak sebagai pilihan utama disetiap menunya dengan konsep teppanyaki sedangkan Hokben dan Yoshinoya lebih ke daging yang sudah dimasak sebelumnya sehingga terdapat perbedaan dari ketiga restoran tersebut. Hokben serta Yoshinoya lebih kearah Fast Food dengan harga ekonomis serta kecepatan dalam mendapatkan makanan merupakan salah satu daya tariknya sendiri tanpa menunggu proses masak, Lokasi juga menentukan Hokben dan Yoshinoya lebih diunggulkan dimana disetiap mallnya serta dijalan sudah banyak gerainya tidak seperti Pepper Lunch yang hanya di Mall yang ada Seperti Tunjungan Plaza Surabaya.(<https://mojok.co> Diunduh pada 23 November 2024)



Gambar 1.1.1 Salah Satu Menu Favorit Pepper Lunch

Sumber: www.pepperlunch.id (diunduh pada tanggal 11 Februari 2021)

Pembahasan Pepper Lunch dilanjut dengan makanan dengan kualitas yang terjaga sehingga membuat daging yang dikirim dari US memiliki kualitas terbaik jadi pada saat dihidangkan dapat memiliki cita rasa yang dapat dinikmati oleh penikmat daging serta memiliki kualitas supplier yang dipilih dari yang terbaik, dimana setelah diteliti daging tersebut akan dikirim ke Jepang untuk melakukan pengecekan standard daging dan juga terdapat standard saus yang akan dipakai pada saat penyajian daging tersebut. (Sumber dari: <https://www.pepperlunch.com.sg/about/quality-assurance/>)



Gambar 1.1.2 Penyajian Makanan Yang Dibantu oleh Karyawan

Sumber: www.pepperlunch.id (diunduh pada tanggal 11 Februari 2021)

Bisa dilihat dari gambar diatas bahwa Service Quality yang diberikan oleh Pepper Lunch memiliki kelebihan dari keramahan pegawai serta Kualitas makanan yang tetap terjaga setiap saat dimana costumer ke tempat ini, membuat Restoran Pepper Lunch menjadi favorit bagi semua kalangan, sehingga customer tetap mendapat pelayanan yang terjamin.



(Sumber: <https://pepperlunch.id/>)

Gambar 1.1.3 Suasana Outlet Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya

Kualitas lingkungan pada Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya menghadirkan lingkungan yang bersih sehingga membuat para pengunjung jadi tertarik untuk makan ditempat yang higienis dan rapi. Menjadi salah satu restoran yang diminati disaat orang lapar dikarenakan tempatnya yang selalu terjaga dari sisi kebersihan. Dan Lokasi yang ditawarkan oleh Pepper Lunch Tunjungan Plaza bisa dibilang strategis dimana ini membuat para pengunjung dapat langsung melihat restoran ini.

(Sumber: <https://pergikuliner.com/restaurants/surabaya/pepper-lunch-tegalsari>)



Gambar 1.1.4 Salah Satu Favorit Menu Pepper Lunch

Sumber: www.pepperlunch.id (diunduh pada tanggal 11 Juni 2024)

Pepper Lunch menyediakan berbagai menu dari Nasi hingga Steak yang berkualitas tinggi sehingga para customer akan lebih tertarik akan rasanya yang sedap serta enak, dimana pepper lunch juga menawarkan Dari segi harga yang terhitung menengah keatas dimana minimal untuk salah satu menu termurah nya diangka 50 ribuan hingga 210 ribuan. Pepper Lunch menjadi Restoran yang bisa dibbilang merupakan makanan yang bisa kostumisasi secara selera kita karena ingin seberapa asin atau manis dari setiap makanan yang akan disantap oleh konsumen sehingga membuat para pembeli juga patut untuk membuat apa yang sudah mereka beli dengan hotplate yang sudah disediakan oleh karyawan pepper lunch itu sendiri. (Sumber: <https://pergikuliner.com/restaurants/pepper-lunch-senayan-2/menus>)



Gambar 1.1.5 Promo Pada Pepper Lunch

Sumber: www.pepperlunch.id (diunduh pada tanggal 11 Juni 2024)

Pepper Lunch juga menyediakan beraneka promo untuk para konsumennya dimulai dari kartu Debit dan Kredit hingga penggunaan Shopeepay, Ovo, Gopay dan beragam promo lainnya yang membuat para konsumen yang sudah pernah masuk kedalam restoran ini menjadi tergiur untuk mencoba menu lainnya dengan keunikan yang ditawarkan oleh Pepper Lunch dengan promo yang berbeda disetiap harinya

membuat Restoran ini digemari disetiap harinya karena kebersihan yang dijaga serta kualitas dari makanannya yang terjaga selalu.

(Sumber: <https://pepperlunch.id/Promo-All>)



Gambar 1.1.6 Suasana Pepper Lunch Tunjungan Plaza

Sumber: www.pepperlunch.id (diunduh pada tanggal 11 Juni 2024)

Pepper Lunch juga selalu mengutamakan kualitas dari makanannya serta kebersihan yang terjaga membuat kepuasan pelanggan disaat ingin menyantap makanan di restoran ini, Bahwa menurut beberapa konsumen Pepper Lunch sudah menjadi andalan mereka jika ingin makan-makanan hotplate sehingga membuat Pepper Lunch sendiri memiliki cita rasa serta Namanya sendiri yang unik membuat banyak konsumen yang menyukai apa yang disajikan oleh Pepper Lunch sendiri.

(Sumber: <https://pergikuliner.com/restaurants/surabaya/pepper-lunch-tegalsari>)

1.2. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka batasan masalah pada penelitian ini adalah:

Penelitian ini meneliti tentang bagaimana pengaruh *Food Quality*, *Service Quality*, *Quality of Physical Enviroment*, *Customer Perceived Value* terhadap pembentukan *Customer Satisfaction* dan *Behavioural Intentions* pada pelanggan Tunjungan Plaza Surabaya. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah orang yang sudah pernah memakan pepper lunch di Tunjungan Plaza berdomisili Surabaya.

Karakteristik responden yang diteliti sebagai berikut:

1. Pernah makan pepper lunch di Tunjungan Plaza Surabaya
2. Pria dan Wanita
3. Usia 18-60 tahun
4. Berdomisili Surabaya

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka permasalahan pokok dalam penelitian ini adalah.

1. Apakah Food Quality berpengaruh signifikan terhadap Customer Satisfaction pada pelanggan Pepper Lunch di Tunjungan Plaza Surabaya?
2. Apakah Service Quality berpengaruh signifikan terhadap Customer Satisfaction pada pelanggan Pepper Lunch di Tunjungan Plaza Surabaya?
3. Apakah Quality of Physical Environment berpengaruh signifikan terhadap Customer Satisfaction pada pelanggan Pepper Lunch di Tunjungan Plaza Surabaya?
4. Apakah Customer Perceived Value berpengaruh signifikan terhadap Customer Satisfaction pada pelanggan Pepper Lunch di Tunjungan Plaza Surabaya?
5. Apakah Customer Satisfaction berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intentions pada pelanggan Pepper Lunch di Tunjungan Plaza Surabaya?

1.4. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk meneliti pengaruh Food Quality terhadap Customer Satisfaction pada pelanggan Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya
2. Untuk meneliti pengaruh Service Quality terhadap Customer Satisfaction pada pelanggan Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya
3. Untuk meneliti pengaruh Quality of Physical Enviroment terhadap Customer Satisfaction pada pelanggan Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya.
4. Untuk meneliti pengaruh Customer Perceived Value terhadap Customer Satisfactions pada pelanggan Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya.
5. Untuk meneliti pengaruh Customer Satisfaction terhadap Behavioral Intentions pada 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

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memberikan kontribusi untuk penelitian dan pengembangan kedepan mengenai teori dan pemasaran. Khususnya mengenai pengaruh Food Quality, Service Quality, Quality of Physical Enviroment, Customer Perceived Value terhadap Customer Satisfactions yang pada akhirnya membangun Behavioral Intentions. Selain itu diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat digunakan Kembali dimasa yang akan mendatang.

1.5.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Bermanfaat secara langsung dalam memperluas pandangan serta menambah pengetahuan penulis tentang pengaruh Food Quality, Service Quality, Quality of Physical Enviroment , dan Customer Perceived Value terhadap Customer Satisfaction yang pada akhirnya membentuk Behavioral Intentions.

2. Bagi Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya

Diharapkan bisa menjadi masukan dalam merumuskan strategi sehubungan dengan pengaruh Food Quality, Service Quality, Quality of Physical Enviroment , dan Customer Perceived Value terhadap Customer Satisfaction dan yang pada akhirnya membentuk pada Behavioral Intentions pelanggan restoran Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian pembahasan ini disajikan dalam beberapa bab, maka penulisan penelitian disusun secara sistematika, yaitu

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik berupa manfaat teoritis maupun 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 berisikan jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional, pengukuran variabel, serta metode analisis data.

BAB IV: ANALISIS DATA PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum, analisis data, hasil pengujian kualitas data, analisis regresi linear, hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan.

BAB V: KESIMPULAN

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

