

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Loyalitas pelanggan menjadi elemen penting dalam keberlangsungan industri kuliner di tengah persaingan yang ketat. Loyalitas ini mencerminkan kecenderungan pelanggan untuk kembali, merekomendasikan, dan berbicara positif tentang suatu restoran. Beberapa elemen yang memengaruhinya meliputi kualitas layanan, seperti penampilan staf, kecepatan pelayanan, hingga empati kepada pelanggan, yang dapat meningkatkan basis pelanggan loyal (Juliana *et al.*, 2020). Pelanggan loyal juga memberikan kontribusi signifikan terhadap bisnis melalui toleransi harga, *word-of-mouth marketing*, dan efisiensi biaya retensi dibandingkan menarik pelanggan baru (Tsalatsa, 2021).

Selain kualitas layanan, citra merek turut memainkan peran. Sebuah citra merek yang kuat menciptakan persepsi positif yang membangun kepercayaan dan komitmen pelanggan. Namun, penelitian menunjukkan bahwa loyalitas tidak hanya terbentuk dari citra merek tetapi juga kualitas layanan yang konsisten (Sayekti & Dwiridotjahjono, 2022). Dimensi kualitas layanan seperti *tangible*, *reliability*, dan *empathy* menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman positif yang meningkatkan loyalitas pelanggan (Naini *et al.*, 2022).

Pengalaman emosional pelanggan juga berperan sebagai mediasi antara kualitas layanan dan loyalitas. Suasana restoran, pelayanan personal, hingga estetika tempat dapat membangkitkan emosi positif seperti kegembiraan atau kepuasan, yang mendorong kunjungan ulang (Subagja & Aprillia, 2022). Hal ini

relevan di kawasan seperti Pantai Indah Kapuk (PIK), Jakarta Utara, yang terkenal dengan restoran dan kafe bergaya modern dan estetik.

TABEL 1
Jumlah Restoran di Jakarta Utara Berdasarkan Kecamatan (2022)

Kecamatan	Jumlah Restoran atau Rumah Makan (2022)	
	2021	2022
PIK (Penjaringan)	325	379
Pademangan	80	93
Tanjung Priok	50	63
Koja	12	16
Kelapa Gading	303	337
Cilincing	2	3
Total Jakarta Utara	772	891

Sumber: Badan Pusat Statistik (2022)

Penelitian ini menyoroti perkembangan restoran informal di Pantai Indah Kapuk (PIK) yang semakin kompetitif. Pada 2022, jumlah restoran di Jakarta Utara bertambah 891, dengan 379 berada di Kecamatan Penjaringan (PIK). Pergeseran minat pelanggan ke PIK 2 menyebabkan banyak restoran di PIK 1 tutup, sementara restoran baru seperti Kase Heritage, Salty-Salty, dan Scarlet menarik pelanggan dengan konsep inovatif. Persaingan ketat ini memengaruhi loyalitas pelanggan, yang tidak hanya ditentukan oleh kualitas makanan dan layanan, tetapi juga pengalaman emosional, suasana, dan interaksi dengan staf (Naini *et al.*, 2022; Rakhmat Romadhan *et al.*, 2019; Agustia *et al.*, 2022)

Restoran informal didefinisikan sebagai tempat makan dengan atmosfer santai, harga terjangkau, dan pelayanan cepat (Santoso, 2016). Restoran ini menerapkan berbagai sistem penyajian seperti American service dan self-service dengan menu terbatas yang cepat disajikan (Herianto & Gunawan, 2019). Selain itu, restoran informal mengutamakan efisiensi tanpa mengabaikan kebersihan dan kenyamanan (Al Batul & Indrosaptono, 2023). Menurut (Walker, 2019), restoran

informal menawarkan harga lebih terjangkau, pelayanan cepat, suasana santai, serta menu yang mudah diakses oleh berbagai kelompok pelanggan.

Minimnya penelitian tentang faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan di restoran informal menjadi alasan utama penelitian ini. Dalam pasar kuliner yang dinamis, pemahaman lebih dalam tentang elemen yang membentuk loyalitas pelanggan akan membantu pemilik restoran menyusun strategi bisnis yang efektif dan mempertahankan daya saing mereka.

B. Tujuan

Seminar hasil ini diselenggarakan untuk menyampaikan hasil penelitian dengan judul “Analisis Kualitas Layanan dan Citra Merek dengan Mediasi Variabel Pengalaman Emosional terhadap Dampak Loyalitas Pelanggan Restoran *Informal* di Pantai Indah Kapuk”. Penelitian ini merupakan bagian dari tugas akhir yang dilakukan oleh mahasiswa, dengan tujuan yaitu:

1. Memaparkan temuan penelitian tentang pengaruh kualitas layanan dan citra merek, dengan pengalaman emosional sebagai variabel mediasi, terhadap loyalitas pelanggan restoran *informal* di Pantai Indah Kapuk.
2. Menyajikan dan mendiskusikan hasil yang diperoleh dari penelitian berjudul "Analisis Kualitas Layanan dan Citra Merek dengan Mediasi Variabel Pengalaman Emosional terhadap Dampak Loyalitas Pelanggan Restoran *Informal* di Pantai Indah Kapuk".
3. Menetapkan masukan, kritik, dan saran dari *reviewer* untuk memperkaya dan menyempurnakan hasil penelitian.

C. Manfaat

Manfaat yang diharapkan dari pelaksanaan seminar hasil dengan judul penelitian "Analisis Kualitas Layanan dan Citra Merek dengan Mediasi Variabel Pengalaman Emosional terhadap Dampak Loyalitas Pelanggan Restoran *Informal* di Pantai Indah Kapuk" adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi Penulis

Melalui seminar hasil ini, penulis memperoleh masukan berharga dari *reviewer* yang membantu meningkatkan kualitas penelitian. Proses ini juga mempersiapkan penulis untuk menghadapi sidang akhir dengan lebih percaya diri dan pemahaman yang lebih matang tentang penelitian yang berjudul "Analisis Kualitas Layanan dan Citra Merek dengan Mediasi Variabel Pengalaman Emosional terhadap Dampak Loyalitas Pelanggan Restoran *Informal* di Pantai Indah Kapuk".

2. Manfaat bagi Penelitian Selanjutnya

Seminar ini dapat menjadi acuan bagi peneliti masa depan yang ingin mengembangkan topik serupa. Pendekatan, metode analisis, dan hasil penelitian ini dapat memberikan dasar untuk memperluas studi terkait loyalitas pelanggan di sektor restoran *informal*.

3. Manfaat bagi Masyarakat

Seminar ini memberikan pemahaman yang lebih baik kepada masyarakat mengenai pentingnya pengalaman emosional dalam mendukung kesetiaan pelanggan. Dengan informasi ini, diharapkan masyarakat lebih menghargai perkembangan industri restoran *informal* dan semakin tertarik untuk menikmati berbagai layanan kuliner yang tersedia.

4. Manfaat bagi Pelaku Usaha Restoran *Informal*

Bagi pelaku usaha, seminar ini menawarkan wawasan tentang strategi meningkatkan loyalitas pelanggan melalui penguatan citra merek, peningkatan kualitas layanan, dan pengalaman emosional yang positif. Penelitian ini memberikan panduan untuk menghadapi tantangan persaingan di industri restoran *informal*, khususnya di Pantai Indah Kapuk.

D. Deskripsi Penelitian

Hasil penelitian yang telah dilakukan disusun dalam artikel berjudul “Analisis Kualitas Layanan dan Citra Merek dengan Mediasi Variabel Pengalaman Emosional terhadap Dampak Loyalitas Pelanggan Restoran *Informal* di Pantai Indah Kapuk”. Penelitian ini mencakup latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, serta manfaatnya. Berdasarkan teori (Kock & Hadaya, 2018), penentuan ukuran sampel pada penelitian yang menggunakan PLS-SEM dilakukan dengan metode *inverse square root*, yang merekomendasikan jumlah minimum sampel sebanyak 160 responden. Penelitian ini berhasil mengumpulkan data dari 214 responden, melebihi jumlah minimum yang disarankan, sehingga mendukung validitas analisis yang dilakukan. Metode yang digunakan meliputi analisis statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, pengujian model dengan *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), serta analisis hubungan antar variabel. Hasil menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap *loyalitas pelanggan*. Namun, variabel citra merek dan pengalaman emosional memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan pengalaman emosional bertindak sebagai mediasi yang memperkuat hubungan tersebut. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya

pengalaman emosional pelanggan dalam membangun kesetiaan pada restoran *informal* di kawasan Pantai Indah Kapuk.

