

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Restoran adalah salah satu jenis bisnis jasa yang menekankan pada penyediaan pengalaman terbaik bagi konsumennya. Dalam dunia kuliner, fungsi restoran tidak hanya sekadar sebagai tempat makan, namun juga sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan pelanggan akan suasana dan layanan yang memuaskan. Pelayanan yang berkualitas dapat membangun persepsi positif dari pelanggan terhadap restoran tersebut. Maka dari itu, keberhasilan sebuah restoran dalam industri yang kompetitif sangat dipengaruhi oleh seberapa baik mereka menjaga mutu pelayanan dan pengalaman bersantap secara keseluruhan.

Saat ini untuk menarik perhatian restoran menawarkan berbagai fasilitas yang dapat dinikmati oleh para pelanggannya, fasilitas tersebut antara lain *stop kontak* yang tersedia di setiap sudut, tempat *indoor/outdoor*, *board games* dan sebagainya. Fasilitas-fasilitas tersebut disediakan kepada pelanggan dengan tujuan memberikan pelayanan dan memenuhi kebutuhan pelanggan yang berkunjung ke restoran tersebut serta sebagai pemenuhan kepuasan kepada pelanggan. Selain itu, setiap restoran memiliki beberapa departemen yang merupakan bagian dari operasional. Oleh karena itu, perusahaan restoran harus dapat meningkatkan kualitas pelayanannya, sehingga dapat memuaskan keinginan konsumen dengan cara membandingkan jasa yang mereka terima dengan jasa yang diharapkan (Michael, 2010:35).

Dalam beberapa tahun belakangan, kebiasaan makan di luar rumah, yang lebih dikenal sebagai *dining out*, telah menjadi bagian integral dari gaya hidup

masyarakat, termasuk di Surabaya. Padatnya aktivitas sehari-hari, kebutuhan akan tempat bersantai, serta tren berburu kuliner yang terus berkembang telah mendorong peningkatan frekuensi pelanggan untuk makan di restoran. Lebih dari sekadar menginginkan makanan, kini banyak pelanggan yang mempertimbangkan berbagai faktor sebelum memutuskan untuk kembali ke restoran tertentu. Variasi menu makanan dan minuman, kualitas pelayanan, cita rasa hidangan, hingga suasana tempat semuanya menjadi pertimbangan penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan dan keinginan mereka untuk kembali. Oleh karena itu, memahami perilaku pelanggan terkait frekuensi makan di restoran menjadi sangat relevan, terutama bagi restoran-restoran di Surabaya yang harus bersaing ketat untuk menjaga loyalitas pelanggan di tengah banyaknya pilihan tempat makan yang terus bermunculan.

Meneliti topik *Dining Frequency* menjadi sangat penting karena angka kunjungan pelanggan tidak hanya sekadar statistik, tetapi juga mencerminkan seberapa baik sebuah restoran mampu memenuhi ekspektasi konsumennya. Di tengah industri kuliner yang kian kompetitif, terutama di kota besar seperti Surabaya, memahami alasan pelanggan untuk kembali atau justru menghindari kunjungan ke restoran dapat menjadi kunci dalam merumuskan strategi bisnis yang efektif. Dengan mengetahui faktor-faktor yang mendorong pelanggan untuk lebih sering mengunjungi tempat yang sama, manajemen restoran bisa melakukan evaluasi dan perbaikan layanan secara lebih terarah, demi menciptakan pengalaman bersantap yang memuaskan.

Lebih dari itu, penelitian mengenai *Dining Frequency* juga memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

Saat ini, pelanggan tidak hanya menilai dari segi cita rasa makanan yang lezat, tetapi juga mempertimbangkan berbagai aspek lain seperti kenyamanan tempat, harga yang wajar, dan variasi menu yang menarik. Melalui penelitian ini, diharapkan restoran dapat memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan dengan lebih mendalam, sehingga bisa merancang inovasi yang relevan. Hal ini bertujuan agar pelanggan tidak hanya berkunjung sekali, tetapi seterusnya dan bahkan merekomendasikan restoran kepada orang lain. Dengan demikian, keberlanjutan bisnis dapat terjaga dengan baik dalam jangka panjang.

*Food and Beverage* memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan profit restoran dengan cara meningkatkan penjualan produk kuliner, memberikan pelayanan yang optimal sesuai dengan standar layanan, serta dapat membantu dalam menjaga atau meningkatkan reputasi. Oleh sebab itu, sektor *Food and Beverage* dapat mengembangkan produk-produk makanan dan minuman yang lebih menarik serta senantiasa memperbarui menu untuk menarik minat pelanggan agar membeli produk yang tersedia di restoran (Hendriyati, 2021).

Evirasanti (2016:4350) menyatakan kualitas merupakan totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang mengandalkan kemampuannya untuk menciptakan kepuasan. (Evirasanti, 2016:4350) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen diantaranya kualitas makanan. Produk dengan kualitas yang baik akan lebih diminati konsumen dari pada produk lain dengan kualitas yang rendah. Sehingga penting bagi perusahaan untuk menjaga kualitas makanan agar mampu menarik konsumen dan memberi rasa puas terhadap produk yang dibelinya. Produk (makanan) merupakan

segala sesuatu yang diciptakan perusahaan agar dapat ditawarkan untuk mendapatkan perhatian dalam memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen (Sugiono, 2013:2).

Selain itu, *quality of food* merupakan totalitas fitur dan karakteristik produk, kualitas produk ini pun dapat menjadi ciri khas dari sebuah produk yang dihasilkan. Rasa makanan yang nikmat, tampilan makanan yang menambah selera makan, menu restoran yang variatif serta penyajian hidangan pada suhu yang tepat menyebabkan konsumen menjadi puas (Evirasanti dkk, 2016:4350). Apabila kualitas makanan yang diberikan bagus akan menguntungkan kedua belah pihak, bagi pihak restoran akan mendapatkan citra yang baik dan keuntungan dalam bisnisnya, sedangkan bagi konsumen akan mendapatkan kepuasan yang diharapkan (Wijaya, 2017:582). Hal ini memberi dampak pada konsumen untuk melakukan pembelian karena karakteristik makanan telah melekat dan kualitasnya sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen.

Persaingan yang sengit mendorong perusahaan untuk mencari berbagai cara guna menarik perhatian konsumen terhadap layanan yang ditawarkan oleh lembaga perawatan. Hal ini mengakibatkan konsumen melakukan berbagai evaluasi terhadap salon yang tersedia, sebelum akhirnya memilih salon yang akan mereka kunjungi. Konsumen cenderung berusaha memaksimalkan nilai dalam batasan biaya pencarian, pengetahuan, mobilitas, dan pendapatan yang mereka miliki. Mereka memperkirakan tawaran mana yang akan memberikan nilai persepsi tertinggi dan bertindak berdasarkan asumsi tersebut. Oleh karena itu, perusahaan dengan nilai pelanggan tertinggi akan menjadi pilihan akhir bagi konsumen tersebut (Keller, 2009). Nilai pelanggan adalah perbandingan antara

keuntungan yang diperoleh konsumen dengan pengorbanan yang mereka lakukan. Pengorbanan yang dilakukan oleh konsumen dalam proses pertukaran berkaitan dengan biaya transaksi dan risiko yang dihadapi untuk mendapatkan produk (baik barang maupun jasa) yang ditawarkan oleh perusahaan dengan nilai pelanggan yang tersedia.

Nilai pelanggan merupakan salah satu konsep dalam pemasaran yang membuat produk tersebut lebih unggul dibandingkan pesaing. Kualitas dari nilai tersebut berperan penting dalam menilai apakah tujuan jangka pendek, menengah, dan panjang organisasi sejalan dengan harapan yang diinginkan. Patokan nilai pelanggan mencerminkan seberapa cepat adopsi terhadap harapan dan kebutuhan konsumen, serta seberapa banyak informasi yang diadopsi oleh perusahaan untuk membangun nilai bagi pelanggan. Menurut (Sweeney, 2001), nilai pelanggan dapat diukur melalui empat dimensi, yaitu nilai emosional, nilai sosial, nilai kinerja, dan nilai harga sesuai harapan konsumen.

Setiap restoran memiliki konsep yang berbeda-beda, sehingga restoran-restoran tersebut menawarkan variasi dalam penampilan dan layanannya. Jenis-jenis restoran pun bermacam-macam, mulai dari restoran cepat saji, cafetaria, restoran keluarga, hingga restoran mewah dengan pelayanan fine dining. Restoran tidak hanya berfungsi sebagai penyedia makanan dan minuman bagi para , tetapi juga memberikan pelayanan yang ramah dan berkelas. Kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sangat dipengaruhi oleh pilihan makanan, kualitas makanan, nilai pelanggan dan konsep atau tipe restoran yang ada. Kesuksesan restoran dalam memberikan pelayanan makanan dan minuman kepada pelanggan sangat bergantung pada kualitas yang diberikan (Saniantara, 2023). Mengukur

kualitas layanan yang diberikan oleh suatu restoran dapat dilakukan dengan melihat sejauh mana pelanggan puas saat menikmati hidangan atau minuman di tempat tersebut. Usaha akan dilakukan oleh restoran untuk memastikan pengalaman terbaik bagi pelanggan, hal ini mencerminkan komitmen suatu restoran terhadap standar layanan yang berkualitas tinggi.

Penelitian ini berfokus pada Restoran Parigie di Surabaya, sebuah restoran yang menawarkan berbagai macam makanan dan minuman dengan harga yang terjangkau. Dalam proses pengembangan, Restoran Parigie di Surabaya memerlukan strategi pemasaran yang efektif untuk mendukung keberhasilannya dalam bersaing di sektor bisnis. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan, Restoran Parigie Surabaya selalu berupaya untuk meraih keunggulan kompetitif dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya. Dalam tengah persaingan yang semakin ketat di kalangan pelaku bisnis sejenis, usaha ini menghadapi tantangan yang serius untuk mempertahankan eksistensinya di tengah banyaknya restoran di Indonesia secara umum.

Banyaknya pengunjung di Restoran Parigie Surabaya di tengah banyaknya usaha sejenis membuat penulis ingin meneliti lebih jauh tentang strategi pemasaran yang digunakannya. Oleh karena itu, penulis melaksanakan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh *Food and Beverage Options, Service Quality, Quality of Food, Value For Money, dan Ambience Terhadap Dining Frequency Melalui Customer Satisfaction Pada Pelanggan Restoran Parigie Surabaya*”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

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

1. Apakah *food and beverage options* berpengaruh secara signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan restoran Parigie Surabaya?
2. Apakah *service quality* berpengaruh secara signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan restoran Parigie Surabaya?
3. Apakah *quality of food* berpengaruh secara signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan restoran Parigie Surabaya?
4. Apakah *value for money* berpengaruh secara signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan restoran Parigie Surabaya?
5. Apakah *ambience* berpengaruh secara signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan restoran Parigie Surabaya?
6. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh secara signifikan terhadap *dining requency* pada pelanggan restoran Parigie Surabaya?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan rumusan masalah diatas, maka dapat diuraikan tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh *food and beverage options* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan restoran Parigie Surabaya
2. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan restoran Parigie Surabaya

3. Untuk mengetahui pengaruh *quality of food* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan restoran Parigie Surabaya
4. Untuk mengetahui pengaruh *value for money* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan restoran Parigie Surabaya
5. Untuk mengetahui pengaruh *ambience* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan restoran Parigie Surabaya
6. Untuk mengetahui pengaruh *customer satisfaction* terhadap *dining requery* pada pelanggan restoran Parigie Surabaya

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan keuntungan sebagai berikut:

1. Aspek akademis.

Penelitian ini bisa dimanfaatkan untuk memperluas pengetahuan dan pemahaman, terutama yang berhubungan dengan seberapa sering pelanggan makan dan tingkat kepuasan mereka.

2. Aspek pengembangan ilmu pengetahuan.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi serta mendukung kemajuan ilmu yang berhubungan dengan frekuensi makan dan kepuasan pelanggan.

## **1.5 Batasan Masalah**

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak melebar dari fokus utama, maka perlu dibuat batasan masalah yang jelas. Penelitian ini secara khusus difokuskan pada pengunjung yang telah memiliki pengalaman bersantap di Restoran Parigie Surabaya. Ruang lingkup penelitian dibatasi hanya pada lima variabel utama, yaitu ragam menu makanan dan minuman, mutu pelayanan, kualitas hidangan, kesesuaian harga, serta suasana restoran, yang secara teoritis diasumsikan memengaruhi frekuensi makan pelanggan melalui peran kepuasan secara keseluruhan. Seluruh data dikumpulkan dalam periode tertentu, yaitu antara bulan Oktober hingga Desember 2024, guna menjaga konsistensi waktu pengamatan.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Berikut adalah ringkasan sistematisasi dari penelitian ini. Secara garis besar dibagi menjadi lima bab sebagai berikut:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bagian ini mengidentifikasi fenomena yang akan diteliti, serta memberikan konteks yang menjelaskan latar belakang masalah dan konsep-konsep kunci yang relevan. Selanjutnya, fenomena penelitian akan dijelajahi secara mendalam disusun untuk memberikan kontribusi dalam pemahaman masalah yang diteliti. Bab ini menyajikan latar belakang penelitian, masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan batasan penelitian.

### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Bab ini menjelaskan hasil utama dari studi yang telah dipublikasikan mengenai topik penelitian. Bab ini juga memberikan gambaran yang jelas tentang teori-teori yang relevan dengan masalah penelitian, menjelaskan pentingnya teori-teori tersebut, dan bagaimana upaya pemodelan digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan. Bab ini menyajikan tinjauan pustaka, pemetaan penelitian,

pengembangan hipotesis, dan model penelitian.

### **BAB III: METODOLOGI PENELITIAN**

Bagian ini merincikan prosedur teknis dan ilmiah yang terlibat dalam penelitian.

Bab ini menyajikan metode penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, dan metode analisis data.13

### **BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menetapkan presentasi rasional dari hasil penelitian yang memberikan jawaban terhadap pertanyaan penelitian, serta menekankan hubungan temuan utama tersebut dengan teori yang telah dipresentasikan dan penelitian sebelumnya yang telah dibahas pada bagian awal studi. Bab ini menyajikan statistik deskriptif, pengujian kualitas data, uji kelayakan model, uji hipotesis dan pembahasan.

### **BAB V: PENUTUP**

Bagian ini akan membahas implikasi dari hasil penelitian, menyimpulkan temuan, dan menawarkan rekomendasi untuk mengembangkan studi lebih lanjut dalam topik ini. Bab ini menyajikan kesimpulan, implikasi, keterbatasan dan saran.

