

BAB I

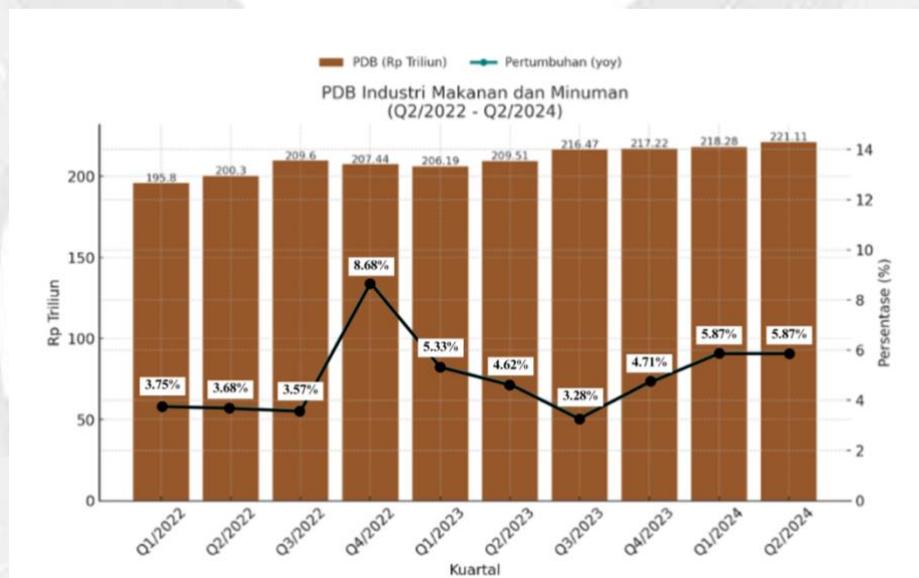
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Kotler dan Armstrong (2016) dalam bukunya *Principles of Marketing*, mendefinisikan industri makanan dan minuman (F&B) sebagai sektor yang menyediakan berbagai produk pangan dan minuman untuk memenuhi kebutuhan konsumsi sehari-hari masyarakat. Industri ini dianggap esensial karena memainkan peran penting dalam pemenuhan kebutuhan dasar manusia yang melibatkan berbagai tahapan mulai dari proses produksi, distribusi, hingga penyajian produk makanan dan minuman. Kemudian, Kementerian Perindustrian Indonesia (2020) menyatakan bahwa industri makanan dan minuman berperan signifikan dalam memenuhi kebutuhan gizi dan energi masyarakat. Selain berfungsi sebagai pemenuh kebutuhan pokok, sektor industri ini juga memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan perekonomian nasional melalui penciptaan lapangan pekerjaan serta peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) nasional.

Industri makanan dan minuman (F&B) di Indonesia merupakan sektor strategis yang berperan penting dalam perekonomian nasional, terutama dengan kontribusi yang besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Berdasarkan data dari GoodStats (2024), industri ini menunjukkan pertumbuhan yang positif dengan proyeksi pertumbuhan sebesar 7% pada tahun 2024. Perkembangan industri ini didorong oleh berbagai faktor, seperti populasi yang besar, tingginya permintaan konsumsi, peningkatan kelas menengah yang mencapai sekitar 53 juta jiwa yang berkontribusi pada setengah dari total konsumsi rumah tangga nasional, serta tren

gaya hidup modern yang semakin mengutamakan kenyamanan dan keberlanjutan. Selain itu, sebanyak 49,25% populasi Indonesia sebagian besar mengalokasikan pendapatannya untuk makanan dan minuman. Kemudian, berdasarkan data dari Data Indonesia (2024) pada Gambar 1.1, Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga konstan (ADHK) untuk sektor industri makanan dan minuman tercatat sebesar Rp221,106 triliun pada kuartal II tahun 2024. Angka ini mengalami peningkatan sebesar 5,53% dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya (2023), yang tercatat sebesar Rp209,513 triliun.

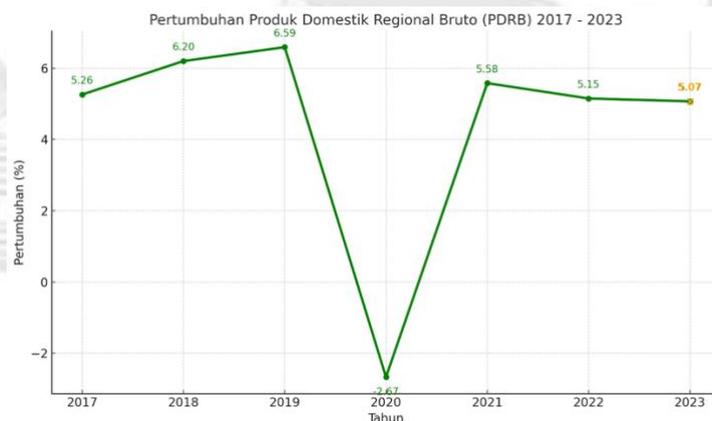


Gambar 1.1 PDB Industri Makanan dan Minuman
 Sumber: Data Indonesia, 2024

Kementerian Perindustrian Indonesia (Kemenperin) mencatat bahwa investasi dalam industri makanan dan minuman didukung oleh permintaan masyarakat yang terus meningkat, terutama pada masa menjelang hari raya Ramadan dan Lebaran. Berdasarkan data dari Bank Indonesia (2024), pengeluaran per kapita di sektor industri makanan dan minuman terus mengalami peningkatan setiap tahunnya yang disebabkan oleh tingkat konsumsi masyarakat Indonesia yang tinggi terutama di kalangan kelas menengah, dengan nilai pengeluaran per kapita

mencapai sekitar Rp720.000 pada tahun 2023 dan diproyeksikan akan terus bertumbuh seiring dengan peningkatan daya beli masyarakat, permintaan kebutuhan konsumsi di sektor industri makanan dan minuman yang stabil, serta masuknya investasi asing yang mendorong pertumbuhan ekonomi nasional.

Salah satu kota di Indonesia yang mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang signifikan dalam industri makanan dan minuman (F&B) serta restoran dalam beberapa tahun terakhir adalah Yogyakarta, khususnya setelah pandemi. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Daerah Istimewa Yogyakarta (2024), sektor industri akomodasi serta penyediaan makanan dan minuman, yang mencakup restoran, menyumbang sekitar 10,18% terhadap struktur ekonomi DIY pada tahun 2023. Kemudian, Gambar 1.2 menunjukkan bahwa pada kuartal IV tahun 2023, sektor industri ini terus mengalami pertumbuhan yang kuat dengan tingkat pertumbuhan tahunan mencapai 5,07% secara keseluruhan untuk perekonomian DIY yang didorong oleh meningkatnya aktivitas pariwisata dan konsumsi domestik.



Gambar 1.2 Pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) 2017-2023

Sumber: Badan Pusat Statistik Daerah Istimewa Yogyakarta, 2024

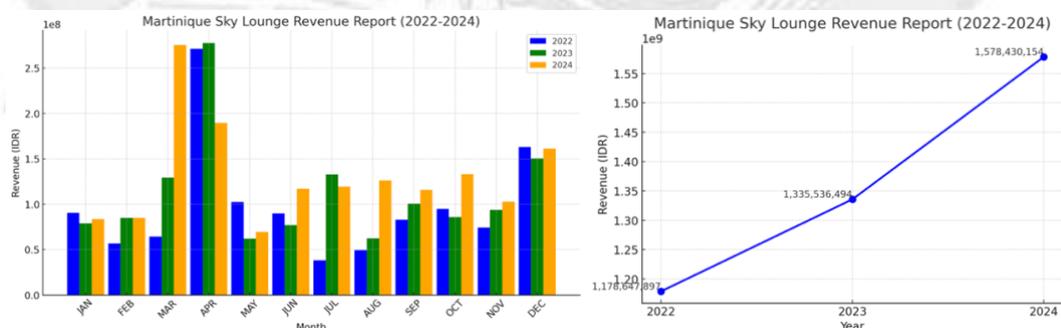
Yogyakarta sebagai kota pariwisata memiliki banyak restoran dan *lounge* yang kompetitif, terutama di sektor industri perhotelan yang semuanya berlomba-

lomba memberikan pengalaman terbaik kepada pelanggan. Industri makanan dan minuman di Yogyakarta menunjukkan persaingan yang ketat pada tahun 2023. Berdasarkan laporan resmi Komisi Pengawas Persaingan Usaha (2024), sektor perhotelan yang mencakup layanan makanan dan minuman, tetap mempertahankan posisinya sebagai sektor dengan tingkat persaingan usaha tertinggi di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Indeks persaingan usaha di Yogyakarta mengalami peningkatan signifikan menjadi 5,75 pada tahun 2023, dengan kontribusi utama berasal dari subsektor akomodasi dan kuliner. Oleh karena itu, pemilihan Martinique Sky Lounge di Yogyakarta sebagai objek penelitian dikarenakan Martinique Sky Lounge beroperasi di lingkungan yang sangat kompetitif sehingga menjadikannya sebagai objek penelitian yang relevan untuk memahami strategi diferensiasi dan keunggulan kompetitif dalam industri makanan dan minuman di Yogyakarta. Martinique Sky Lounge memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari restoran hotel lainnya terutama dari segi atmosfer, lokasi, dan konsep pelayanan.

Martinique Sky Lounge merupakan salah satu destinasi unggulan di Yogyakarta yang menyuguhkan pengalaman bersantap dan bersantai di ketinggian dengan pemandangan kota yang menakjubkan. Martinique Sky Lounge terletak di pusat kota Yogyakarta, menampilkan desain interior minimalis yang mewah dengan elemen kayu dan pencahayaan hangat yang menciptakan suasana nyaman. Tersedia area duduk *indoor* dan *outdoor*, dengan area *outdoor* yang menawarkan pemandangan kota yang indah terutama saat senja hingga malam hari. Menu yang ditawarkan sangat beragam dengan hidangan lokal dan internasional yang disajikan secara artistik serta minuman spesial seperti *cocktail*, *mocktail*, *wine*, dan kopi

premium. Selain itu, dengan iringan musik lembut dan pelayanan yang profesional, *lounge* ini cocok untuk berkumpul, merayakan momen spesial, atau bersantai, menjadikannya pilihan yang tepat bagi para pengunjung yang ingin menikmati suasana eksklusif di Yogyakarta.

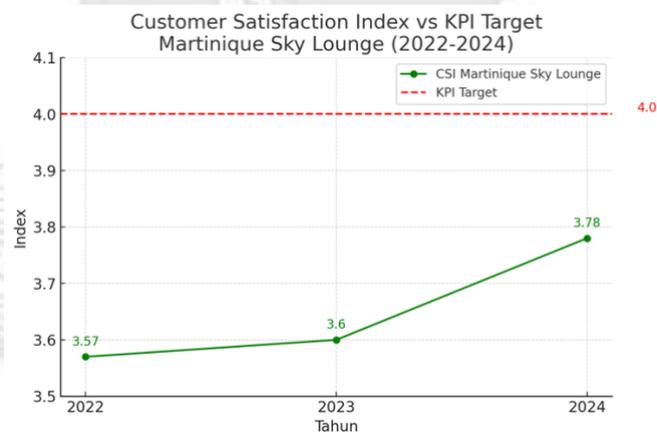
Salah satu restoran yang menunjukkan pertumbuhan signifikan di Yogyakarta dalam beberapa tahun terakhir adalah Martinique Sky Lounge. Berdasarkan data pendapatan Martinique Sky Lounge (2024), restoran ini mengalami peningkatan yang konsisten dari tahun ke tahun. Gambar 1.3 menunjukkan bahwa pada tahun 2022, total pendapatan yang dicatatkan mencapai Rp1.178.647.897. Angka ini meningkat pada tahun 2023 menjadi Rp1.335.536.494, dan tren positif tersebut berlanjut pada tahun 2024 dengan total pendapatan sebesar Rp1.578.430.154. Pertumbuhan pendapatan yang berkelanjutan ini mengindikasikan keberhasilan strategi bisnis yang diterapkan, baik dalam aspek operasional, pemasaran, maupun manajemen pelanggan. Keberhasilan Martinique Sky Lounge dalam meningkatkan pendapatan secara konsisten menjadi salah satu alasan utama pemilihan restoran ini sebagai objek penelitian.



Gambar 1.3 Martinique Sky Lounge Revenue Report (2022-2024)
Sumber: Martinique Sky Lounge, 2024

Persaingan di industri restoran yang semakin kompetitif membuat pencapaian kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor utama dalam

mempertahankan loyalitas pelanggan serta meningkatkan profitabilitas perusahaan. Martinique Sky Lounge telah menunjukkan tren peningkatan pendapatan yang konsisten selama beberapa tahun terakhir, mencerminkan kemampuannya dalam menarik pelanggan dan mempertahankan daya saing di pasar. Namun, meskipun terdapat pertumbuhan positif dalam volume pendapatan, *Customer Satisfaction Index* (CSI) restoran ini masih belum mencapai target *Key Performance Indicator* (KPI) yang telah ditetapkan oleh perusahaan selama tiga tahun terakhir. Berdasarkan data kepuasan pelanggan Martinique Sky Lounge (2024) pada Gambar 1.4, *Customer Satisfaction Index* (CSI) Martinique Sky Lounge pada tahun 2022 tercatat sebesar 3,57, kemudian meningkat menjadi 3,6 pada tahun 2023, dan mencapai 3,78 pada tahun 2024. Meskipun menunjukkan tren peningkatan, nilai CSI tersebut masih berada di bawah target *Key Performance Indicator* (KPI), yaitu sebesar empat. Fenomena ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara peningkatan pendapatan dan tingkat kepuasan pelanggan.



Gambar 1.4 Customer Satisfaction Index vs KPI Target (2022-2024)
Sumber: Martinique Sky Lounge, 2024

Ketimpangan antara pertumbuhan pendapatan dan pencapaian CSI yang belum optimal menimbulkan pertanyaan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan di Martinique Sky Lounge. Menghadapi kondisi

persaingan yang semakin ketat di sektor industri makanan dan minuman, kepuasan pelanggan menjadi salah satu aspek utama yang memengaruhi keberlangsungan usaha di sektor ini (Kotler & Keller, 2016). Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai perasaan puas atau tidak puas yang timbul setelah pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap kinerja produk atau layanan dengan ekspektasi awal (Oliver, 1999). Faktor-faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan pada industri makanan dan minuman meliputi kualitas makanan, kualitas layanan, atmosfer atau suasana tempat, serta harga yang ditawarkan (Soriano, 2002).

Shahid et al. (2024) dalam jurnal "*Linking restaurant attributes, CSR dimensions and customer satisfaction*" menyimpulkan bahwa kualitas makanan dan layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap citra restoran, yang selanjutnya memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Makanan yang berkualitas dan pelayanan yang baik dapat membentuk citra positif restoran di mata pelanggan, yang berdampak pada peningkatan kepuasan mereka. Selain itu, citra restoran berperan sebagai variabel mediasi yang menghubungkan kualitas atribut restoran dengan kepuasan pelanggan. Studi ini didukung oleh Bahauddin et al. (2020) dalam jurnalnya yang berjudul "*Food sensory factors and restaurant images on customer satisfaction*". Penelitian ini mengungkapkan bahwa citra restoran, yang mencakup elemen seperti suasana, kualitas layanan, harga, dan variasi menu, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang berkontribusi terhadap tingkat kepuasan pelanggan serta alasan di balik pencapaian CSI yang belum memenuhi target KPI.

Penelitian ini memiliki urgensi yang tidak dapat diabaikan karena apabila kesenjangan antara pertumbuhan pendapatan dan pencapaian CSI terus berlanjut tanpa adanya strategi intervensi yang tepat, terdapat kemungkinan bahwa tingkat kepuasan pelanggan akan mengalami penurunan. Penurunan CSI dalam jangka panjang berpotensi berdampak negatif terhadap loyalitas pelanggan dan bahkan dapat berimplikasi pada penurunan pendapatan restoran di masa mendatang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan serta merumuskan rekomendasi strategis yang dapat diimplementasikan oleh manajemen restoran untuk meningkatkan CSI secara berkelanjutan. Selain itu, melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan wawasan pengetahuan dan berkontribusi positif bagi para pelaku bisnis makanan dan minuman dalam merancang strategi peningkatan kualitas layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan agar mampu bersaing dan bertahan dalam pasar yang dinamis.

Penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya karena memperkenalkan kombinasi variabel yang lebih komprehensif dan terkini yang belum banyak dibahas secara simultan dalam konteks industri makanan dan minuman (F&B). Sebagian besar penelitian sebelumnya cenderung fokus pada aspek-aspek tertentu seperti kualitas makanan atau kualitas layanan saja, sementara penelitian ini mencoba untuk melihat hubungan antara lima faktor yang saling terkait yang secara langsung memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kepuasan mereka. Selain itu, penelitian ini juga memperhitungkan elemen-elemen yang berhubungan dengan pengalaman fisik pelanggan di restoran, seperti kualitas lingkungan fisik, yang sering kali diabaikan dalam banyak studi sebelumnya. Kemudian, dengan

memasukkan aspek citra restoran, yang mencakup persepsi merek dan reputasi, penelitian ini juga berusaha untuk memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai bagaimana faktor-faktor ini dapat saling memengaruhi dan berkontribusi terhadap pengalaman keseluruhan pelanggan.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa pertanyaan penelitian yang akan diteliti lebih lanjut yaitu:

1. Apakah kewajaran harga (*price fairness*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*)?
2. Apakah kualitas layanan (*service quality*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*)?
3. Apakah kualitas makanan (*food quality*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*)?
4. Apakah kualitas layanan (*service quality*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap citra restoran (*restaurant image*)?
5. Apakah kualitas makanan (*food quality*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap citra restoran (*restaurant image*)?
6. Apakah citra restoran (*restaurant image*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*)?
7. Apakah kualitas lingkungan fisik (*physical environment quality*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*)?

8. Apakah citra restoran (*restaurant image*) memediasi pengaruh kualitas layanan (*service quality*) terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*)?
9. Apakah citra restoran (*restaurant image*) memediasi pengaruh kualitas makanan (*food quality*) terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan-pertanyaan penelitian tersebut, maka tujuan penelitian yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Meneliti pengaruh positif dan signifikan dari kewajaran harga (*price fairness*) terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*).
2. Meneliti pengaruh positif dan signifikan dari kualitas layanan (*service quality*) terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*).
3. Meneliti pengaruh positif dan signifikan dari kualitas makanan (*food quality*) terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*).
4. Meneliti pengaruh positif dan signifikan dari kualitas layanan (*service quality*) terhadap citra restoran (*restaurant image*).
5. Meneliti pengaruh positif dan signifikan dari kualitas makanan (*food quality*) terhadap citra restoran (*restaurant image*).
6. Meneliti pengaruh positif dan signifikan dari citra restoran (*restaurant image*) terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*).

7. Meneliti pengaruh positif dan signifikan dari kualitas lingkungan fisik (*physical environment quality*) terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*).
8. Meneliti apakah citra restoran (*restaurant image*) memediasi pengaruh kualitas layanan (*service quality*) terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*).
9. Meneliti apakah citra restoran (*restaurant image*) memediasi pengaruh kualitas makanan (*food quality*) terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*).

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan dua kontribusi utama kepada masyarakat, sebagai berikut:

1.4.1 Implikasi Teoretis

Penelitian ini akan memberikan manfaat dalam pengembangan ilmu penelitian mengenai faktor-faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan dalam industri makanan dan minuman (F&B). Penelitian ini dapat memperkaya teori-teori yang ada mengenai hubungan antara kewajaran harga (*price fairness*), kualitas layanan (*service quality*), kualitas makanan (*food quality*), citra restoran (*restaurant image*), dan kualitas lingkungan fisik (*physical environment quality*) terhadap tingkat kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*). Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi penelitian selanjutnya yang meneliti

lebih dalam mengenai faktor-faktor tersebut saling berinteraksi dan memengaruhi kepuasan pelanggan dalam industri makanan dan minuman.

1.4.2 Implikasi Manajerial

Penelitian ini akan memberikan wawasan dan kontribusi bagi industri makanan dan minuman (F&B) mengenai faktor-faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga dapat membantu pelaku industri makanan dan minuman dalam memahami faktor-faktor yang berperan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), seperti kewajaran harga (*price fairness*), kualitas layanan (*service quality*), kualitas makanan (*food quality*), citra restoran (*restaurant image*), dan kualitas lingkungan fisik (*physical environment quality*). Kemudian, dengan memahami faktor-faktor ini, perusahaan atau pelaku industri makanan dan minuman dapat mengoptimalkan strategi pemasaran dan pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya dapat memperkuat loyalitas pelanggan dan meningkatkan penjualan di industri makanan dan minuman.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki batasan utama adalah hanya untuk meneliti faktor-faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan di Martinique Sky Lounge dan ditujukan kepada pengunjung atau pelanggan Martinique Sky Lounge saja. Oleh karena itu, penelitian ini tidak dapat menggeneralisasi keseluruhan populasi di luar demografis yang telah ditentukan. Responden dengan batasan di luar dari yang telah

disebutkan, dianggap mewakili kelompok yang tidak termasuk dalam lingkup penelitian ini.

1.6 Garis Besar Penelitian

Struktur penelitian dalam penelitian ini dibagi menjadi lima bagian untuk memudahkan pembaca dalam memahami keseluruhan isi penelitian. Kelima bagian tersebut meliputi:

BAGIAN 1: PENDAHULUAN

Bagian pertama menyajikan penjelasan singkat mengenai masalah yang ada, fenomena yang terjadi dalam industri, serta kekurangan dalam penelitian sebelumnya. Selain itu, bagian ini juga mencakup penyusunan rumusan masalah penelitian, tujuan yang ingin dicapai dari penelitian, manfaat yang diperoleh dari penelitian, batasan-batasan yang ditetapkan, dan gambaran umum dari keseluruhan penelitian.

BAGIAN 2: LANDASAN TEORI

Bagian kedua memberikan penjelasan mengenai variabel-variabel yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), yaitu kewajaran harga (*price fairness*), kualitas layanan (*service quality*), kualitas makanan (*food quality*), citra restoran (*restaurant image*), dan kualitas lingkungan fisik (*physical environment quality*). Selain itu, dibahas juga hubungan antara variabel-variabel tersebut berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu.

BAGIAN 3: METODE PENELITIAN

Bagian ketiga menjelaskan metodologi yang diterapkan dalam penelitian ini. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif, dan dalam bagian ini diuraikan langkah-langkah sistematis yang diperlukan untuk menjelaskan struktur model penelitian, termasuk teknik pengumpulan data, desain penelitian, jenis sampel yang digunakan, serta pengujian validitas dan reliabilitas pada tahap uji coba awal (*pre-test*).

BAGIAN 4: ANALISIS DATA

Bagian keempat memberikan penjelasan terkait hasil dari analisis data yang telah diolah, termasuk validitas dan reliabilitas setiap indikator, serta uraian mengenai hubungan antarvariabel. Selain itu, dibahas juga mengenai hipotesis akhir dan penelitian sebelumnya. Data yang digunakan berasal dari hasil analisis yang dilakukan dengan menggunakan aplikasi SmartPLS 4.1.1.2.

BAGIAN 5: KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian kelima menyampaikan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, yang meliputi kesimpulan yang diperoleh, serta implikasi teori dan manajerial. Selain itu, dibahas juga mengenai saran dan rekomendasi untuk penelitian yang akan datang.