



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

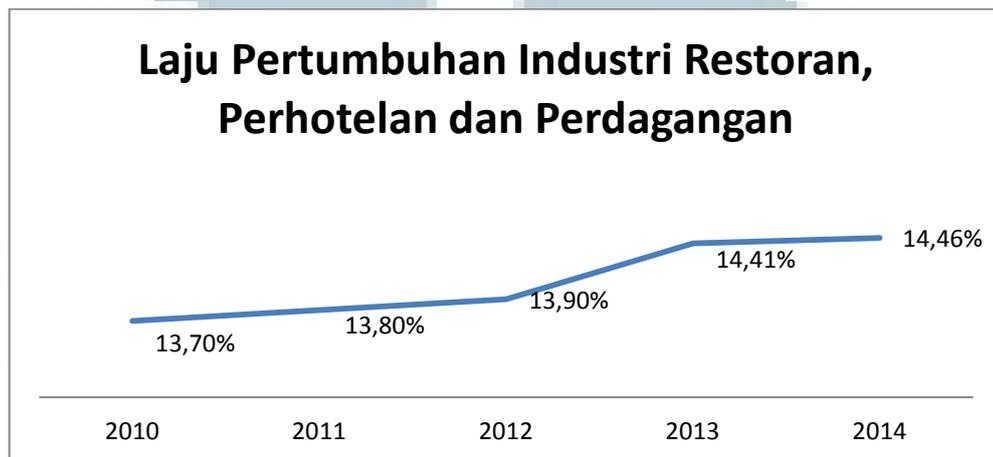
## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Indonesia merupakan sebuah negara yang masih berada dalam tahap perkembangan. Sejak awal berdiri hingga saat ini, banyak terdapat peluang-peluang bisnis yang apabila dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya akan menghasilkan potensi keuntungan yang cukup besar. Salah satu potensi bisnis yang mampu menghasilkan keuntungan dalam jumlah besar adalah usaha tempat makan. Bisnis kuliner memiliki prospek yang cukup bagus di Indonesia, dan kegiatan operasionalnya tidak terlalu sulit untuk dijalankan. Selain itu, bisnis ini juga tidak mudah terpengaruh oleh kondisi ekonomi meskipun situasi perekonomian suatu daerah sedang mengalami krisis. Hal ini disebabkan karena makan dan minum merupakan kebutuhan pokok semua manusia yang harus dipenuhi. Tidak ada makhluk hidup manapun yang mampu bertahan hidup tanpa mengonsumsi makanan dan minuman. Maka dari itu, suatu usaha tempat makan akan dapat terus bertahan meskipun kondisi perekonomian suatu daerah sedang mengalami permasalahan.

Pentingnya suatu usaha tempat makan tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk menyediakan makanan dan minuman yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat tetapi juga berperan untuk memajukan sektor industri lain. Menurut Arifatin (2013), usaha tempat makan di suatu tempat mampu menjadi sarana munculnya ikon kepariwisataan suatu daerah melalui wisata kuliner khas daerah yang dapat memberikan pengaruh terhadap tingkat kepuasan para wisatawan.

Oleh sebab itu, hal ini tentunya telah menjadikan suatu daya tarik yang besar bagi orang-orang yang memiliki jiwa wirausaha untuk berkecimpung dalam bisnis ini. Di Indonesia sendiri, pertumbuhan tempat makan berskala menengah dan atas terus mengalami pertumbuhan setiap tahunnya, seperti yang ditunjukkan oleh gambar 1.1 berikut ini



Sumber : Berita Resmi Statistik (2014)

Gambar 1.1 Laju pertumbuhan industri restoran, perhotelan, dan perdagangan

Berdasarkan gambar 1.1, dapat dilihat jika bisnis perdagangan, perhotelan, dan restoran terus mengalami pertumbuhan sejak tahun 2010. Meskipun tingkat pertumbuhannya tidak terlalu signifikan per tahunnya, namun industri perdagangan, perhotelan dan restoran tetap terus bertumbuh secara konsisten.

Berdasarkan data dari Sulistiyani (2011), provinsi di Indonesia yang memiliki jumlah tempat makan paling banyak adalah provinsi DKI Jakarta dengan jumlah tempat makan skala menengah dan atas sebanyak 1359 buah. Jakarta sebagai ibu kota dan pusat perekonomian di Indonesia memang memiliki daya tarik yang besar bagi orang-orang untuk membuka usaha, khususnya usaha tempat

makan. Banyaknya tempat hiburan dan mall juga menarik perhatian orang-orang untuk berkunjung ke Jakarta. Dengan banyaknya orang yang berkunjung ke Jakarta, maka semakin banyak pula orang yang memerlukan makanan. Hal tersebut menjadi tentunya faktor pendorong berkembangnya tempat makan di Jakarta.

Agar sebuah tempat makan mampu menarik perhatian para konsumennya untuk terus datang dan mampu mengungguli para pesaingnya, maka tempat makan tersebut perlu memiliki suatu *competitive advantage* dibanding para pesaingnya. *Competitive advantage* adalah suatu kondisi ketika suatu perusahaan mampu memberikan sesuatu yang tidak diberikan oleh perusahaan lainnya (Porter dalam Thompson dan Martin, 2005). *Competitive advantage* perlu dimiliki oleh setiap tempat makan agar mampu mendorong tempat makan tersebut untuk tetap bertahan dalam menghadapi persaingan (*sustain*) dan bertumbuh (*growth*). Suatu tempat makan yang memiliki *competitive advantage*, akan mampu bersaing dengan para kompetitornya serta menarik minat para konsumennya untuk datang kembali.

Sumber penghasilan utama suatu tempat makan berasal dari penjualan makanan dan minuman. Jika konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh suatu tempat makan, maka konsumen akan tertarik untuk terus datang ke tempat makan tersebut sehingga keuntungan yang diperoleh tempat makan tersebut dapat terus bertumbuh. Untuk dapat menjaga kepuasan konsumen, kualitas dari makanan yang dihidangkan dan kualitas pelayanan kepada konsumen mutlak perlu ditingkatkan. Penelitian yang dilakukan oleh Canny (2013) menyatakan bahwa terdapat beberapa alasan utama seseorang datang ke sebuah

tempat makan, yaitu kualitas dari masakan yang mereka masak (*food quality*), dan kualitas pelayanan yang mereka sediakan kepada konsumennya

Kualitas sebuah masakan (*food quality*) dari tempat makan perlu untuk terus ditingkatkan. Hal ini disebabkan karena setiap konsumen yang datang ke suatu tempat makan adalah untuk menyantap suatu makanan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ryu dan Han (2010), makanan adalah produk inti dari sebuah tempat makan yang merupakan kunci penting dalam menentukan kepuasan konsumen. Suatu tempat makan perlu memberikan pelatihan kepada para pekerjanya agar mampu menghadirkan makanan dengan cita rasa yang enak, menarik, dan bernutrisi secara konsisten. Tempat makan yang mampu menghadirkan makanan yang berkualitas, akan membuat konsumen yang mengonsumsinya merasa puas dan tertarik untuk datang kembali ke tempat makan tersebut.

Hal lain yang juga perlu ditingkatkan adalah mutu pelayan (*customer orientation of service employee*) sebuah tempat makan. Hennig-Thurau (2004) menyatakan salah satu kunci sukses untuk dapat menjaga kepuasan konsumen adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen melalui pramusaji yang dapat memahami hal-hal yang menjadi keinginan konsumen. Konsumen yang keinginannya dapat dipahami dan dipenuhi oleh pramusaji tempat makan akan merasa lebih puas dibanding konsumen yang keinginannya tidak dapat dipenuhi.

Selain menjaga kualitas makanan dan pelayanan, suatu tempat makan perlu memerhatikan harga-harga yang mereka tetapkan untuk setiap menu

makanannya. Pihak manajemen atau pemilik perlu memastikan jika uang yang telah dikeluarkan oleh konsumen dapat setara dengan kualitas yang ia dapatkan di tempat makan tersebut. Ryu dan Jang (2010) berpendapat ketika konsumen merasa harga yang ditetapkan pada makanan yang mereka pesan masuk akal, maka kepuasan konsumen tersebut terhadap tempat makan tersebut juga akan meningkat.

Suatu tempat makan juga perlu memerhatikan kondisi lingkungan fisik (*physical environment*) yang diberikan bagi konsumennya. Penelitian yang dilakukan oleh Ali dan Amin (2013) menyatakan bahwa suatu kondisi lingkungan fisik yang nyaman di tempat makan dapat menimbulkan emosi positif bagi para pengunjungnya. Tempat makan yang memiliki desain lingkungan fisik yang menarik memang mampu membuat konsumen yang datang merasa puas.

Untuk dapat menarik perhatian konsumen agar mau terus datang ke suatu tempat makan, maka tempat makan tersebut harus memerhatikan aspek *food quality, customer-oriented salesperson, physical environment, dan perceived price*. Salah satu tempat makan yang memerhatikan ke empat aspek tersebut adalah Restoran *Comic Cafe*.

Comic cafe didirikan telah beroperasi sejak tahun 2006 di daerah Tebet, Jakarta oleh Ibu Tia Medira Hiramayah. Tempat makan ini memiliki konsep unik dan berbeda dengan cafe-cafe pada umumnya mulai dari menu-menu yang dihidangkan hingga kondisi fisik lingkungan kafenyanya. Nuansa komik yang begitu kental dapat langsung dirasakan oleh para pengunjung begitu mereka memasuki cafe tersebut. Seluruh sisi ruangan dan tempat duduk cafe tersebut dihiasi oleh

beberapa cuplikan-cuplikan cerita yang ada di sebuah komik. Berikut ini adalah tampilan dari desain ruangan Comic Cafe



Sumber : [comiccafe.co.id](http://comiccafe.co.id)

Gambar 1.2 Tampilan Ruangan Comic cafe

Menu-menu yang ditampilkan pada buku menu juga berbeda dengan tempat makan pada umumnya. Menu yang ditampilkan pada cafe ini ditampilkan dalam bentuk komik dan nama-nama makanan dan minumannya dituliskan dengan nama-nama yang unik, seperti misalnya *magma zuppa soup*, dan *firestorm barbeque ribs*.



Gambar 1.3 Tampilan Menu Comic Cafe

Pemberian nama unik tersebut memang sengaja diberikan untuk mengundang rasa penasaran para konsumennya agar mau memesan setiap menu yang ditampilkan di cafe tersebut. Selain itu, Comic Cafe juga menyediakan sebuah perpustakaan yang berisi berbagai macam buku-buku bacaan (komik, majalah, novel, dll.) yang dapat dinikmati oleh para konsumennya sambil menunggu pesanannya diantar. Seluruh pengunjung dapat membaca komik tersebut tanpa dikenakan biaya.

Pada tahun 2011 lalu, Comic Cafe pernah melakukan ekspansi dengan membuka gerai baru di Mall Epicentrum, Kuningan, Jakarta Selatan. Akan tetapi gerai tersebut hanya mampu bertahan hingga Februari 2014 lalu, karena pengunjung yang datang tidak terlalu banyak sehingga pihak manajemen memutuskan untuk menutup cafe tersebut. Konsep yang diterapkan oleh comic

cafe memang terbilang unik dan mampu menarik perhatian para pengunjung. Akan tetapi, berdasarkan hasil wawancara dengan pihak *public relation* di Comic Cafe yang bernama Ibu Ira, beliau mengatakan bahwa jumlah pengunjung yang datang ke cafe tersebut semakin berkurang dan tidaklah seramai seperti tahun-tahun awal cafe tersebut beroperasi. Menurut beliau salah satu faktor penyebabnya adalah karena banyaknya jumlah pesaing yang terus menerus bermunculan.

Sulitnya menjaga konsistensi performa cafe tersebut juga mengakibatkan pengunjung yang mengeluh terkait kualitas makanan, harga, pelayanan, serta kondisi ruangan Comic Cafe. Dengan meningkatnya keluhan dan intensitas persaingan, maka jumlah pendapatan yang diterima oleh perusahaan juga mengalami penurunan. Jika hal ini terus menerus dibiarkan, maka satu-satunya outlet Comic Cafe yang terletak di daerah Tebet juga akan mengalami hal yang sama seperti yang terjadi di Kuningan, yaitu terpaksa ditutup karena jumlah pengunjung yang datang sangat sedikit.

Hal tersebut membuat peneliti merasa tertarik untuk melakukan suatu penelitian, mengingat yang menjadi sumber utama penghasilan suatu usaha adalah adanya keinginan untuk melakukan pembelian/ pembelian kembali (*repurchase intention*) yang dilakukan oleh para konsumennya. Apabila Comic Cafe tidak mampu menciptakan minat pembelian kembali dengan menjaga kepuasan konsumennya, maka keuntungan yang diperoleh Comic Cafe akan menurun. Maka dari itu Comic Cafe perlu berjuang untuk meningkatkan minat agar melakukan pembelian kembali, dan upaya yang dapat dilakukan agar konsumen tertarik untuk makan kembali ke Comic Cafe adalah dengan memberikan dan menjaga kepuasan mereka. Oleh sebab itu, peneliti mengambil judul “**Analisis**

# **Pengaruh *Food Quality, Customer Oriented Service Employee, Price dan Physical Environment* terhadap *Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction*”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Cafe merupakan salah satu tempat makan yang biasa dikunjungi oleh orang-orang. Selain untuk makan, tujuan seseorang datang ke sebuah cafe adalah untuk menghabiskan waktu luang yang mereka punya dengan duduk santai di cafe tersebut dan menikmati pelayanan yang diberikan. Saat ini, cafe telah menjadi sebuah gaya hidup bagi sebagian besar orang. Antusiasme dan *buying power* tinggi yang dimiliki oleh konsumen Indonesia saat ini secara tidak langsung membuat jumlah cafe yang ada di Indonesia terus mengalami pertumbuhan. Meskipun demikian, pada kenyataannya tidak semua cafe yang beroperasi di Indonesia, khususnya di daerah Jakarta memiliki jumlah pengunjung yang tinggi setiap harinya. Salah satu cafe tersebut adalah Comic Cafe.

Comic Cafe merupakan tempat makan yang menerapkan konsep *fun dining* dengan mendesain seluruh interior ruangnya dengan nuansa komik dan memberikan fasilitas perpustakaan gratis bagi para pengunjungnya yang suka membaca buku. Saat ini Comic Cafe sedang menghadapi sebuah masalah. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Ira selaku pihak *public relation* Comic Cafe, beliau menyatakan jumlah pengunjung yang datang ke cafe tersebut tidaklah sebanyak pada saat awal-awal cafe tersebut beroperasi. Hal ini dapat dikarenakan rendahnya minat konsumen untuk datang kembali (*repurchase intention*) ke cafe

tersebut. Rendahnya minat konsumen untuk datang dan makan kembali dapat menyebabkan profit yang diperoleh perusahaan mengalami penurunan.

Untuk dapat menciptakan *repurchase intention*, suatu usaha atau bisnis harus mampu menciptakan kepuasan bagi konsumennya. Choi dan Kim (2013) menyatakan jika terdapat pengaruh antara kepuasan konsumen (*consumer satisfaction*) dengan minat konsumen untuk melakukan pembelian kembali. Kepuasan konsumen merupakan faktor yang penting untuk memunculkan minat pembelian kembali (Khan, Naumann dan Williams, 2012). Semakin konsumen merasakan kepuasan, maka semakin besar pula keinginan konsumen tersebut untuk datang kembali.

Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen, salah satu faktor tersebut adalah kualitas dari suatu masakan (*food quality*). Makanan sebagai produk inti dari sebuah bisnis tempat makan menjadi faktor penentu yang sangat penting terhadap kepuasan pelanggan (Walter *et al*, 2010 dalam Canny, 2013). Ryu dan Han, (2010) juga berpendapat jika *food quality* merupakan salah satu faktor yang memengaruhi keputusan konsumen untuk tetap setia membeli makanan di suatu tempat makan. Oleh sebab itu, penting bagi manajer suatu tempat makan untuk memahami pentingnya peningkatan kualitas makanan (Namkung dan Jang, 2007).

Faktor lainnya yang juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah harga yang ditetapkan (*price*). Harga yang ditetapkan oleh suatu tempat makan akan menentukan jumlah pendapatan yang akan diterima. Pihak tempat makan perlu cermat dan bijaksana dalam menentukan harga-harga dari setiap

makanan yang mereka jual. Ryu dan Han (2010) menyatakan ketika konsumen merasa harga yang ditetapkan pada suatu menu masuk akal, maka kepuasan mereka terhadap kualitas makanan akan meningkat. Konsumen akan cenderung merasa lebih senang jika uang yang mereka keluarkan setara dengan kualitas yang mereka dapatkan.

Kondisi lingkungan fisik (*physical environment*) juga mampu memengaruhi kepuasan pelanggan yang datang ke suatu tempat makan. Ali dan Amin (2013) menyatakan jika kondisi lingkungan fisik dapat memengaruhi emosi seseorang. Ryu dan Han (2010) juga menyatakan persepsi kualitas konsumen terhadap *physical environment* suatu tempat makan secara tidak langsung memengaruhi perilaku konsumen tersebut. Konsumen yang merasa senang dan nyaman dengan kondisi *physical environment* sekitarnya akan cenderung tertarik untuk melakukan pembelian ulang.

Selain *food quality*, *price*, dan *physical environment*, faktor lain juga penting untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen adalah performa pramusaji yang berorientasi kepada konsumen (*customer-oriented salesperson*). Suatu tempat makan perlu memerhatikan kemampuan para pramusajinya dalam berinteraksi dengan konsumen. Kepuasan konsumen terhadap suatu tempat makan tidak hanya muncul dari kualitas produk saja, tetapi juga kualitas pelayanan yang diberikan oleh pramusaji. Pramusaji yang memiliki perilaku dan kemampuan berinteraksi yang baik, akan lebih mampu dalam memahami hal-hal yang diinginkan oleh konsumen. Jika pramusaji tidak mampu memahami keinginan atau kesulitan yang dihadapi konsumen maka hal tersebut akan menimbulkan

perasaan tidak puas meskipun produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik (Goff *et al.*, 1997).

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, selanjutnya dapat dimunculkan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh antara *food quality* dengan *customer satisfaction* ?
2. Apakah terdapat pengaruh antara *percieved price* dengan *customer satisfaction* ?
3. Apakah terdapat pengaruh antara *physical environment* dengan *customer satisfaction* ?
4. Apakah terdapat pengaruh antara *customer oriented sales person* dengan *customer satisfaction* ?
5. Apakah terdapat pengaruh antara *customer satisfaction* dengan *repurchase intention* ?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menjelaskan secara lengkap pengaruh *food quality* dengan *customer satisfaction*
2. Menjelaskan seara lengkap hubungan antara *percieved price* dengan *customer satisfaction*
3. Menjelaskan secara lengkap pengaruh *physical environment* dengan *customer satisfaction*

4. Menjelaskan secara lengkap pengaruh *customer oriented sales person* dengan *customer satisfaction*
5. Menjelaskan secara lengkap pengaruh *customer satisfaction* dengan *repurchase intention*

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada para pembaca, baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat-manfaatnya yaitu :

##### **1. Manfaat Teoritis**

- a) Menambah perbendaharaan penelitian tentang pengaruh *food quality*, *percieved price*, *physical environment*, *customer satisfaction sales person*, terhadap *customer satisfaction* dan *repurchase inention* Memberikan pengetahuan baru kepada Comic Cafe tentang faktor-faktor yang mendorong *repurchase intention* konsumen ke cafe tersebut
- b) Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan atau materi dalam pembelajaran marketing secara khusus pembahasan materi *consumer behaviour*. Fenomena ataupun fakta-fakta tentang persepsi konsumen diambil dari hasil penelitian

##### **2. Manfaat Praktis**

- a) Memberikan suatu pemikiran baru bagi tempat makan, khususnya dalam hal ini adalah Comic Cafe untuk dapat memasarkan produknya agar dapat selaras dengan persepsi konsumen.

- b) Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi kepada Comic Cafe agar dapat mengenal karakteristik konsumen dan memberikan *needs & wants* mereka sehingga tingkat pendapatan mereka akan melonjak naik dan mampu menguasai pangsa pasar kuliner di Indonesia, khususnya di wilayah Tebet.
- c) Memberikan pemahaman baru bagi Comic Cafe untuk dapat memanfaatkan sekaligus meningkatkan *food quality*, *perceived price*, *customer oriented salesperson*, dan *entertainment* tempat makan mereka sehingga mampu mengikat *customer satisfaction* konsumen di Indonesia, khususnya daerah Tebet.

### **3. Manfaat bagi penulis**

- a) Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memperdalam pengetahuan peneliti mengenai *food quality*, *customer-oriented salesperson*, *perceived price*, *physical environment*, *entertainment*, *customer satisfaction*, dan *repurchase intention* di industri kuliner Indonesia

### **1.5 Batasan Penelitian**

Peneliti akan membatasi ruang lingkup penelitian agar pembahasan penelitian ini dapat lebih terperinci dan tidak keluar dari batasan masalah yang ditetapkan. Adapun batasan penelitian ini yaitu :

1. Responden penelitian ini adalah seluruh pengunjung Comic Cafe yang baru pertama kali makan di Comic Cafe dan berusia minimal 17 tahun

2. Penelitian ini menggunakan *software* SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 22.0 untuk melakukan uji validitas dan reliabilitas pada pretest.
3. Penelitian ini menggunakan SEM dengan *software* LISREL versi 8.80 untuk melakukan uji validitas dan reliabilitas hingga uji hipotesis pada penelitian.

## 1.6 Sistematika Penulisan

### BAB 1. PENDAHULUAN

Pada bagian ini berisikan tentang latar belakang yang melandasi peneliti untuk melakukan sebuah penelitian dari suatu permasalahan yang ada. Di bagian ini juga terdapat rumusan masalah yang menjadi dasar penelitian dan juga tujuan dan manfaat dari disusunnya penelitian ini. Hal lain yang ada di bab ini adalah bahasan mengenai pembatasan masalah dan sistematika penulisan penelitian ini

### BAB 2. LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisikan tentang penjabaran konsep teori yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti. Teori-teori tersebut digunakan untuk memperjelas definisi dari beberapa objek penelitian ini, yaitu *food quality*, *percieved price*, *physical environment*, *customer satisfaction*, dan *repurchase intention*. Sumber yang digunakan untuk memerjelas makna kata di atas berasal dari internet, buku, dan jurnal yang telah disusun oleh peneliti.

### BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini secara spesifik akan membahas tentang gambaran umum objek penelitian dan juga metode-metode yang akan digunakan untuk memperoleh informasi. Metode yang akan digunakan untuk memperoleh informasi yang berhubungan dengan penelitian ini adalah kuesioner, wawancara, dan observasi.

### BAB 4. ANALISA DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan dibahas mengenai objek yang diteliti dari penelitian yang dilakukan. Selain itu, di bab ini juga akan dijabarkan hasil dari kuesioner, wawancara, dan observasi yang dilakukan dan dihubungkan dengan hipotesis yang telah disusun sebelumnya oleh peneliti.

### BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini berisikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan juga memberikan saran dan masukan khususnya kepada pihak yang memerlukan informasi dari penelitian ini.

UMMN