

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Restaurant adalah sebuah tempat makan yang sudah menjadi hal utama bagi masyarakat Indonesia untuk mencari hidangan yang bervariasi dan menarik serta mempunyai suasana yang nyaman disaat sedang mengkonsumsi makanan yang dihidangkan oleh *restaurant*.



Gambar 1.1 Pertumbuhan Industri Penyedia Makanan Minuman, Restoran dan Sejenisnya pada tahun 2011 – 2023

Sumber: <https://www.dataindustri.com/produk/tren-data-pertumbuhan-industri-penyediaan-makanan-minuman-restoran-dan-sejenisnya/>

Berdasarkan pada Gambar 1.1 dari dataindustri.com, terlihat bahwa kinerja tahunan *restaurant* makanan dan minuman pada periode 2011 – 2023 tumbuh positif, hanya pada tahun 2020 terjadi penurunan pelanggan dikarenakan covid 19. Kemudian pada tahun 2021 – 2023 meningkat secara pesat dan masyarakat Indonesia kembali beraktivitas dan mencari hiburan diluar rumah. Pada zaman sekarang *restaurant* mempunyai taktik strategi tersendiri untuk bisa bersaing

dalam mendapatkan loyalitas pelanggan dengan memberikan suasana dan keunikan yang disediakan oleh *restaurant* tersebut.

Berdasarkan data dari kumparan.com terdapat 5 tipe *restaurant* yang ada di Indonesia yaitu :

- **Restoran cepat saji (*Fast Food*)**

Restoran cepat saji yaitu restoran yang melayani pelanggan melalui makanan yang dikemas untuk dimakan saat pelanggan ingin berpergian, restoran cepat saji biasanya menyediakan jendela samping untuk melakukan pemesanan agar mempermudah pelanggan melakukan pemesanan. Makanan yang disediakan oleh restoran cepat saji mempermudah pelanggan untuk mengonsumsi makanan didalam mobil, kereta ataupun saat berjalan, restoran cepat saji memberikan makanan seperti burger, kentang goreng dan kebab, harga yang diberikan oleh restoran cepat saji juga bersahabat sehingga banyak pelanggan yang berdatangan.

- ***Casual Dining Restaurant***

Casual dining restaurant, restoran yang paling mudah ditemukan di Indonesia. Karakter restoran ini adalah restoran yang menyediakan banyak meja dan juga kursi dikarenakan pelanggan berdatangan dan menikmati hidangan di dalam restoran. Terlihat *simple* tetapi yang membedakan restoran jenis ini dengan yang lain adalah restoran ini memberikan dekorasi yang sesuai dengan tema makanan yang disajikan oleh restoran serta memberikan suasana yang membuat pelanggan merasa hal unik saat menikmati hidangan yang diberikan oleh restoran. *Casual dining restaurant* menyediakan berbagai macam jenis makanan yang bermula dengan makanan berat hingga berakhir dengan makanan ringan, restoran dengan jenis ini mendapatkan pelanggan melalui keunikan yang diberikan oleh restoran kepada pelanggan.

- ***Fast Casual Restaurant***

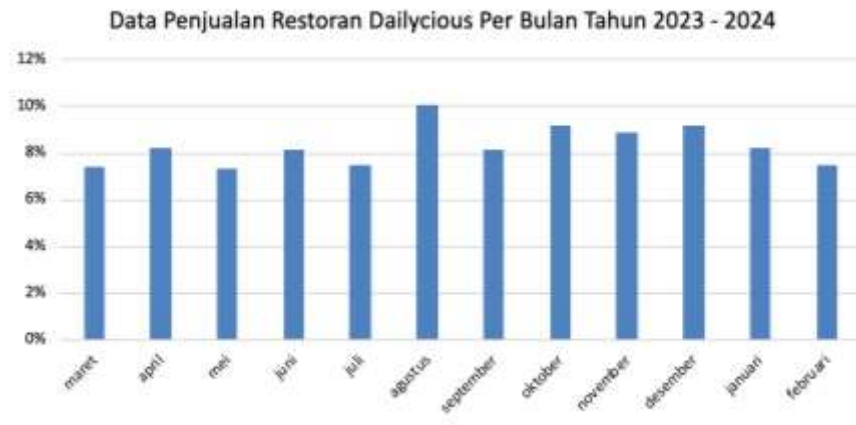
Restoran kasual cepat saji ini adalah campuran restoran cepat saji dan restoran kasual, restoran kasual cepat saji memberikan makanan kelas atas dan unik – unik, dengan adanya kata – kata makanan kelas atas sudah dipastikan harga yang diberikan oleh restoran jenis ini memberi harga yang sedikit lebih tinggi daripada restoran cepat saji, yang membuat beda restoran ini dengan restoran cepat saji adalah pemesanan makanan melalui kasir yang berada di depan restoran, setelah disajikan oleh restoran pelanggan membawa makanan yang sudah di sajikan ke meja masing – masing.

- ***Contemporary Casual Restaurant***

Restoran kasual kontemporer yaitu sebuah restoran yang baru bermunculan dan relatif baru, restoran dengan jenis ini memberikan pengalaman kepada pelanggan saat pelanggan sedang menikmati makanan yang dihidangkan serta memberikan tempat suasana yang indah dan santai, restoran kasual kontemporer sudah dipastikan menargetkan gen-z dan juga Milenial dikarenakan restoran dengan jenis ini memanjakan suasana yang sangat bagus saat di foto, maka target restoran kasual kontemporer adalah gen-z dan milenial yang sangat menikmati dan peduli dengan interior dikarenakan mereka menikmati restoran yang nyaman dan *instagramable*.

- ***Cafe***

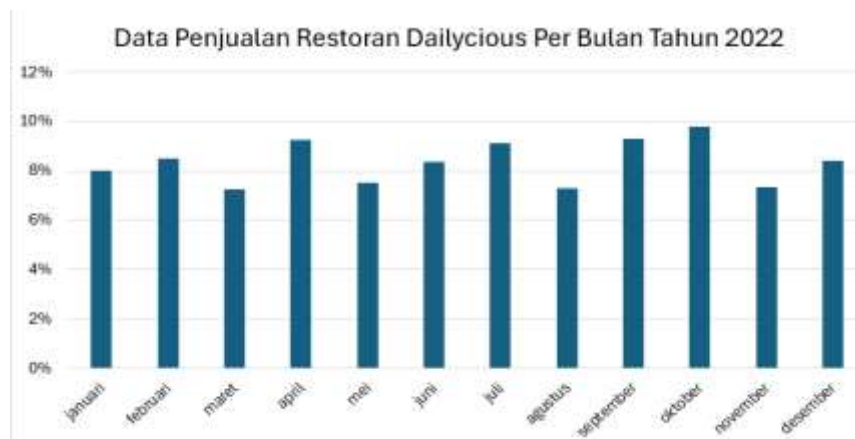
Kafe adalah tempat restoran yang paling sederhana diantara kelima jenis *restaurant*, dikarenakan restoran kafe ini hanya berfokus kepada minuman seperti teh, kopi dan juga beberapa cemilan. Kafe menawarkan menu cemilan dan minuman dengan harga yang terjangkau, kelebihan yang diberikan restoran kafe ini yaitu tempat yang *flexible*, jenis restoran ini bisa menawarkan tempat menjadi sebuah pertemuan sosial, tempat kerja, tempat santai dan juga bisa menjadi tempat nongkrong bersama kerabat.



Gambar 1.2 Data Penjualan Restoran Dailycious Tahun 2023-2024

Sumber: Peneliti (2024)

Pada gambar 1.2 terlihat bahwa penjualan restoran Dailycious di Bengkulu paada tahun 2023-2024 mengalami tidak konsisten didalam penjualan selama satu tahun. Terjadinya naik turunnya penjualan dapat terlihat di bulan tertinggi yaitu pada bulan agustus sebesar 10% dan juga terlihat penjualan terendah pada bulan mei 6,5%.



Gambar 1.3 Data Penjualan Restoran Dailycious Tahun 2022

Sumber: Peneliti (2024)

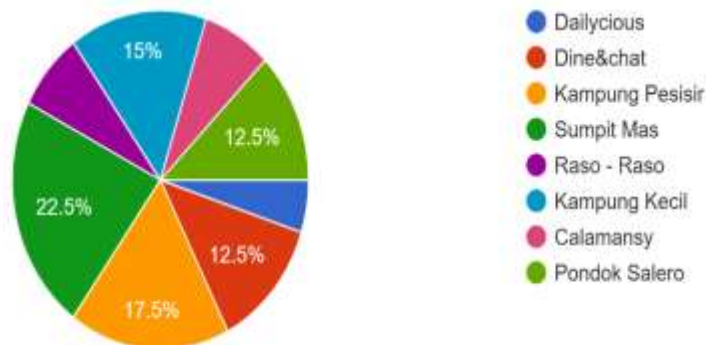
Pada gambar 1.3 terlihat bahwa penjualan restoran Dailycious di Bengkulu pada tahun 2022 mengalami tidak konsisten didalam penjualan selama

satu tahun. Terjadinya naik turunnya dapat terlihat di bulan tertinggi yaitu pada bulan oktober yaitu 9,8% dan juga penjualan terendah pada bulan maret 7,5%.

Maka dari itu terlihat bahwa penjualan restoran Dailycious di Bengkulu mengalami naik turunnya penjualan pada tahun 2022-2024. Dikarenakan jika dibandingkan dari tahun 2022-2024 mengalami penjualan yang tidak konsisten. Dalam hal ini peneliti ingin mengangkat masalah pada restoran Dailycious di Bengkulu yang mengalami naik turunnya penjualan selama tahun 2022-2024 terakhir karena kalah saing dengan kompetitornya. Permasalahan ini bisa terjadi karena banyaknya masyarakat Bengkulu yang mengetahui, pernah membeli, dan tidak ingin membeli kembali makanan di restoran Dailycious di Bengkulu. Peneliti menggunakan *Pilot Survey* untuk melihat apakah fenomena yang sudah diangkat peneliti memang terjadi pada Masyarakat serta memperkuat fenomena yang diangkat peneliti.

Restoran apa yang biasa Anda kunjungi di Bengkulu?

40 responses



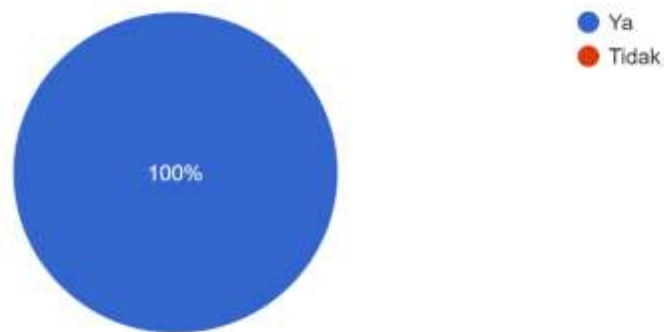
Gambar 1.4 Diagram Jumlah Restoran yang Biasa Dikunjungi di Bengkulu

Sumber: *pilot survey* peneliti (2024)

Berdasarkan gambar 1.3 terlihat bahwa ditingkat pertama yaitu sebanyak 22.5% responden yang mengunjungi restoran sumpit mas, selanjutnya yaitu sebanyak 17.5% responden yang sering mengunjungi restoran kampung pesisir,

selanjutnya sebanyak 15% responden mengunjungi restoran kampung kecil, selanjutnya sebanyak 12.5% responden yang sering mengunjungi restoran pondok salero, sama dengan pondok salero sebanyak 12.5% responden yang mengunjungi restoran dine&chat, selanjutnya sebanyak 7.5% responden yang mengunjungi restoran calamansi, sebanyak 7.5% responden yang mengunjungi restoran Raso-Raso, dan yang terakhir sebanyak 5% responden mengunjungi restoran Dailycious.

Apakah Anda mengetahui Restoran Dailycious di Bengkulu?
40 responses



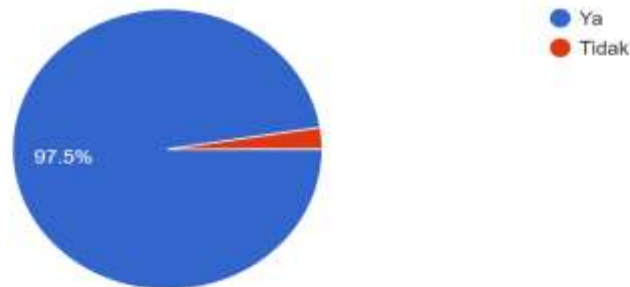
Gambar 1.5 Diagram Jumlah Responden Yang Mengetahui Restoran Dailycious di Bengkulu

Sumber: *pilot survey* peneliti (2024)

Pada Gambar 1.3 terlihat bahwa seluruh responden mengetahui restoran Dailycious di Bengkulu berdasarkan pertanyaan yang telah peneliti cantumkan. Hal ini dikarenakan restoran Dailycious banyak diketahui oleh masyarakat Bengkulu.

Apakah Anda pernah membeli makanan di Restoran Dailycious di Bengkulu?

40 responses



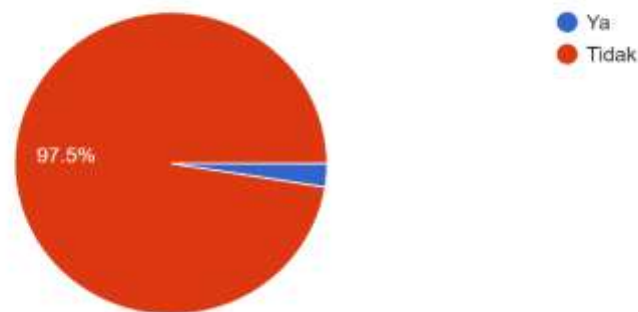
Gambar 1.6 Diagram Jumlah Responden Yang Pernah Membeli Makanan di Restoran Dailycious di Bengkulu

Sumber: *Pilot Survey* Peneliti (2024)

Gambar 1.4 terlihat bahwa responden yang pernah membeli makanan di restoran Dailycious di Bengkulu sebanyak 97.5%.

Apakah Anda membeli makanan di restoran dailycious di Bengkulu kembali?

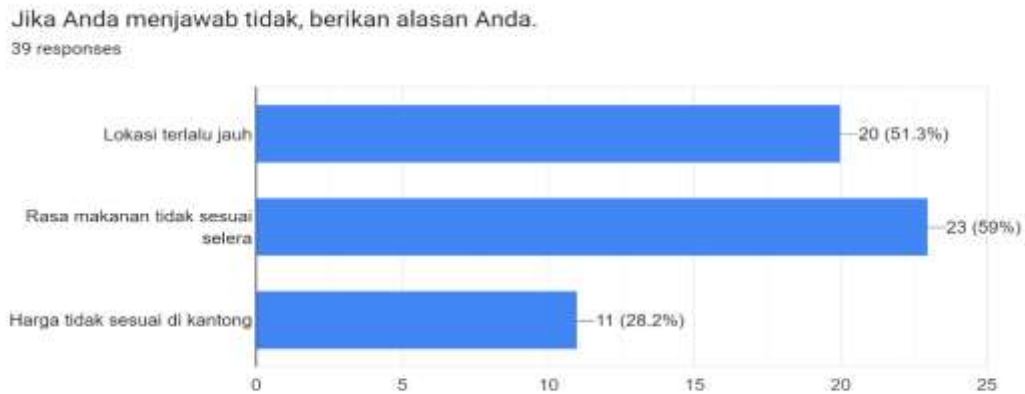
40 responses



Gambar 1.7 Diagram Keputusan Pembelian Makanan di Restoran Dailycious di Bengkulu

Sumber: *Pilot Survey* Peneliti (2024)

Pada Gambar 1.5 dapat dilihat bahwa responden yang tidak ingin membeli makanan di restoran Dailycious di Bengkulu Kembali sebanyak 97.5%



Gambar 1.8 Alasan Responden Tidak Ingin Membeli Makanan di Restoran Dailycious Kembali

Sumber: *Pilot Survey* Peneliti (2024)

Berdasarkan data pada Gambar 1.6 terlihat bahwa alasan responden tidak ingin membeli makanan di restoran Dailycious kembali dikarenakan yang pertama terdapat “rasa makanan tidak sesuai selera” sebanyak 23 responden 59%. Alasan yang kedua yaitu “Lokasi terlalu jauh” sebanyak 20 responden 51.3%. Alasan ketiga yaitu “Harga tidak sesuai di kantong” sebanyak 11 responden 28.2%. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden lebih banyak tidak ingin membeli kembali dengan alasan “rasa makanan tidak sesuai selera”.

Dari data yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa kebanyakan orang mengetahui, pernah membeli, dan tidak ingin membeli kembali makanan di restoran Dailycious di Bengkulu. Sehingga faktor yang mempengaruhi Behavioral Intention yaitu Customer Satisfaction, kemudian dari Customer Satisfaction ke Customer Perceived Value, selanjutnya dari Customer Perceived Value ke Food Quality, Physical Environment Quality, dan Employee Service Quality. *Food Quality* adalah ciri khas produk didalam suatu produk makanan yang penting dalam diterimanya produk tersebut oleh konsumen (Tanner 2016). *Physical Environment*

Quality adalah faktor restoran dengan memberikan pengalaman luar biasa dan memberikan suasana yang menyenangkan dan nyaman (Sayuti dan Setiawan, 2019). Ray et al. (2005) *Employee Service Quality* merupakan kinerja karyawan yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi permintaan pelanggan. Bashir et al. (2019) *Customer Perceived Value* adalah kekayaan organisasi yang dapat memberi perhatian kepada pelanggan, agar dapat menyajikan produk dan jasa yang diharapkan. Uzir et al. (2020) mengatakan bahwa *Customer Satisfaction* merupakan prioritas utama dalam strategi pemasaran. *Behavioural Intention* merupakan hal yang sangat bergantung pada tingkat kepuasan (Wahyuningsih, 2021).

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan data yang telah dibuat, dapat disimpulkan bahwa restoran Dailycious di Bengkulu mengalami naik turunnya penjualan selama setahun terakhir karena kalah saing dengan kompetitornya dan pelanggan yang mengetahui, pernah membeli dan tidak ingin membeli kembali makanan di restoran Dailycious di Bengkulu.

Berdasarkan *pilot survey* yang telah dibuat dan disebar oleh peneliti, responden lebih banyak yang tidak ingin kembali ke restoran Dailycious di Bengkulu dikarenakan 3 alasan yaitu rasa makanan tidak sesuai selera, lokasi terlalu jauh, dan harga tidak sesuai di kantong. Berikut terdapat pertanyaan penelitian yaitu:

- 1.2.1 Apakah *Food Quality* berpengaruh positif terhadap *Customer Perceived Value*?
- 1.2.2 Apakah *Physical Environment Quality* berpengaruh positif terhadap *Customer Perceived Value*?
- 1.2.3 Apakah *Employee Service Quality* berpengaruh positif terhadap *Customer Perceived Value*?
- 1.2.4 Apakah *Customer Perceived Value* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*?

1.2.5 Apakah *Customer Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan pertanyaan penelitian, terdapat tujuan penelitian yang ingin dilakukan peneliti yaitu :

- 1.3.1 Untuk mengetahui pengaruh *Food Quality* terhadap *Customer Perceived Value*.
- 1.3.2 Untuk mengetahui pengaruh *Physical Environment Quality* terhadap *Customer Perceived Value*.
- 1.3.3 Untuk mengetahui pengaruh *Employee Service Quality* terhadap *Customer Perceived Value*.
- 1.3.4 Untuk mengetahui pengaruh *Customer Perceived Value* terhadap *Customer Satisfaction*.
- 1.3.5 Untuk mengetahui pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Behavioral Intention*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan baik secara akademis maupun Perusahaan terkait restoran Dailycious di Bengkulu. Berikut manfaat yang diinginkan dari penelitian yaitu :

1.4.1 Manfaat Akademis

Dengan ini peneliti berharap agar dapat memberi pengetahuan yang luas secara akademis terkait bidang "*Customer Satisfaction*" dan "*Behavioral Intention*". Peneliti berharap penelitian yang sudah dibuat dapat menjadi referensi untuk menambah ilmu serta memberi wawasan peneliti selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Perusahaan

Dalam hasil penelitian peneliti berharap agar dapat berpengaruh untuk membantu Perusahaan dalam menyelesaikan masalah yang berkaitan dengan naik turunnya penjualan di 1 tahun terakhir yang memperhatikan *Food Quality, Physical Environment Quality, Employee Service Quality, Customer perceived Value, Customer Satisfaction dan Behavioral Intention*. Dengan hal ini Perusahaan bisa memperbaiki kesalahan pada naik turunnya penjualan.

1.5 Batasan Penelitian

Terdapat Batasan penelitian yang dibuat oleh peneliti yaitu:

- 1.5.1 Objek penelitian berupa Restoran Dailycious di Bengkulu.
- 1.5.2 Variabel yang digunakan pada Batasan penelitian yaitu *Food Quality, Physical Environment Quality, Employee Service Quality, Customer perceived Value, Customer Satisfaction dan Behavioral Intention*.
- 1.5.3 Responden berupa yang mengetahui, pernah membeli, dan tidak ingin membeli kembali makanan di restoran Dailycious di Bengkulu.
- 1.5.4 Wilayah yang dijangkau peneliti adalah wilayah Bengkulu.
- 1.5.5 Responden dikumpulkan menggunakan *google form*.
- 1.5.6 Pengolahan data kuisisioner menggunakan *SmartPLS* dan data *pre-test* menggunakan SPSS.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB 1: Pendahuluan

Berisi pembahasan berupa latar belakang terkait masalah yang dihadapi, rumusan masalah dan pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, Batasan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2: Landasan Teori

Berisi pembahasan berupa teori-teori terkait penelitian. Teori dibuat berdasarkan pengertian dari para ahli dan jurnal internasional yang digunakan untuk mengukur variable *Food Quality*, *Physical Environment Quality*, *Employee Service Quality*, *Customer perceived Value*, *Customer Satisfaction* dan *Behavioral Intention*. Kemudian menjelaskan hipotesis dan model penelitian.

BAB 3: Metodologi Penelitian

Berisi pembahasan berupa gambarkan umum objek penelitian, desain penelitian, metode pengukuran, Teknik pengumpulan data, operasionalisasi variabel dan Teknik analisis data.

BAB 4: Analisi dan Pembahasan

Berisi pembahasan berupa hasil penelitian dan pengolahan data yang berupa profil responden, pembahasan uji statistik berupa gambar dan tabel. Kemudian berisi penjelasan berupa fakta dan studi teoritis.

BAB 5: Kesimpulan dan Saran

Berisi penjelasan berupa kesimpulan hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran yang berguna untuk peneliti selanjutnya dan perusahaan.