

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Setiap makhluk hidup membutuhkan makanan dan minuman dalam kehidupan sehari-hari. Namun di era yang terus maju ini, tidak dapat disangkal bahwa berbagai jenis makanan juga turut berkembang. Tidak hanya makanan rumahan saja, makanan saat ini telah menjadi sebuah bisnis, tren dan gaya hidup, serta kreativitas dan inovasi dalam penyajian dan pengolahannya (Permana, 2018). Industri makanan dan minuman di Indonesia sempat mengalami penurunan selama pandemi Covid-19. Namun, sektor ini mulai pulih dan menunjukkan tren positif pascapandemi. Pada kuartal II tahun 2024, industri makanan dan minuman mencatat pertumbuhan sebesar 5,53% sementara pada kuartal I mampu memberikan kontribusi sebesar 6,97% terhadap PDB Nasional (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2024).



Sumber: (Data Industri Research, 2024)

**Gambar 1. 1 Tren Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman 2011-2024**

Berdasarkan **Gambar 1.1** PDB (Produk Domestik Bruto) industri makanan dan minuman terus mengalami peningkatan. Bahkan pertumbuhan industri makanan dan minuman terus mengalami perkembangan sejak adanya pandemi Covid-19 walaupun ada penurunan sedikit di tahun 2023 dan kembali meningkat pada Kuartal I tahun 2024 (Data Industri Research, 2024). Sehingga, bisnis di industri makanan dan minuman memiliki kemampuan yang sangat besar di Indonesia. Dengan

populasi yang mencapai 281 juta jiwa pada tahun 2024, kebutuhan makanan dan minuman menjadi sangat tinggi, hal ini dikarenakan penduduk di Indonesia yang terus meningkat tiap tahunnya (Badan Pusat Statistik, 2024).

Industri kuliner di Indonesia memiliki beragam jenis makanan dan minuman unik, termasuk variasi rasa daerah serta asal usul makanan dan minuman. Menteri Keuangan Sri Mulyani juga menekankan bahwa masing-masing daerah mempunyai makanan khasnya masing-masing, dan makanan khas tersebut dapat menjadi daya jual karena adanya cita rasa dan kenangan (Pink, 2021). Dilansir dari Goodstats (2022) Penggunaan teknologi dalam industri kuliner dapat mendukung para pelaku usaha untuk memperluas pangsa pasar serta dapat meningkatkan pendapatan serta dapat memberikan kemudahan dan pengalaman yang ditawarkan kepada konsumen untuk dapat menyelmi dunia kuliner di Indonesia (Angelia, 2022).



Sumber: Goodstats (2022)

**Gambar 1. 2 10 Provinsi dengan Usaha Kuliner Terbanyak di Indonesia**

Setiap daerah di Indonesia memiliki restoran dengan ciri khas, cita rasa, pelayanan, dan variasi harga yang beragam. Berdasarkan data, DKI Jakarta menduduki posisi teratas sebagai provinsi dengan jumlah usaha kuliner terbanyak di Indonesia, mencapai 5.159 usaha pada tahun 2020. Jumlah ini hampir empat kali lipat lebih banyak dibandingkan Provinsi Jawa Barat, yang berada diposisi kedua dengan 1.414 usaha di tahun yang sama. Ditambah lagi, menurut data Badan Pusat

Statistik (BPS), jumlah IMK (Industri Mikro Kecil) sektor industri makanan mencapai 1.51 juta unit usaha pada tahun 2020. Tentunya dengan banyaknya persaingan di masing-masing provinsi, menunjukkan persaingan yang cukup ketat bagi para pelaku usaha kuliner, maka dari itu mereka harus menghasilkan inovasi dan peluang untuk menjangkau konsumen lebih menyeluruh lagi untuk memenangkan persaingan, terutama di para pelaku usaha di provinsi DKI Jakarta dan Jawa Barat. (Angelia, 2022).

Salah satu masakan tradisional yang memiliki keistimewaan dan karakteristik merupakan makanan dari Kota Palembang, yaitu pempek. Pempek memiliki ciri khas dan sejarah yang unik, dilansir dari Kompas.com (2023) Pempek berasal dari kata 'Apek' yang berarti seorang lelaki tua keturunan Tionghoa, yang mulai menjual makanan ini sejak masa penjajahan Belanda (Aida & Nugroho, 2023). Nama Pempek muncul dari kebiasaan Masyarakat memanggilnya "Pek, Empek" saat membeli, karena itulah nama Pempek muncul. Pempek memiliki pangsa pasar yang sangat tinggi, apalagi sebagai oleh-oleh khas Palembang, menurut penjelasan dari petugas bandara di Palembang, menjelang dan setelah lebaran, pempek menjadi oleh-oleh yang diminati oleh banyak orang, bahkan pempek yang dibawa bisa mencapai 5 ton per hari (Suryaningrum & Muljanah, 2009). Melihat hal ini, pempek begitu terkenal sehingga industri pempek juga layak untuk dikembangkan di luar kota Palembang (Sahli, 2017). Popularitas pempek juga tidak hanya terbatas di Indonesia saja, melainkan pempek telah mendapatkan perhatian luas di kancah internasional (Amanah, 2023). Dilansir dari Lingkaran.id (2023), Pempek menempati peringkat ke-4 dalam daftar makanan terbaik dunia versi Trip Advisor, sebuah pencapaian yang menunjukkan semakin meningkatnya popularitas dan pengakuan global terhadap makanan ini (Harahap, 2023). Sehingga, pengakuan ini menjadi peluang besar bagi restoran pempek di Garut untuk meningkatkan strategi pemasaran mereka dan menarik perhatian konsumen. Serta harus memperhatikan kualitas makanan, kualitas pelayanan dan harga, karena itu juga dapat menjadi faktor persaingan antar pelaku usaha. Sehingga, pelaku usaha perlu adanya sedikit modifikasi dan inovasi agar dapat terus bertahan dalam persaingan bisnis. Maka dari itu peneliti mengambil pempek sebagai objek penelitian karena salah satu

makanan tradisional Indonesia yang telah dikenal luas dan menjadi bagian penting dari industri kuliner nasional.

Dinas kebudayaan dan pariwisata Kota Garut menjelaskan bahwa kota ini mempunyai 16 sub sektor ekonomi kreatif yang turut mendorong PDB, subsektor ini mempunyai potensi untuk meningkatkan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat kota Garut baik secara langsung maupun tidak langsung (Rahayu, Nurhasan, & Dhamayanty, 2024). Sehingga industri kuliner merupakan penyumbang utama PDB Kota Garut.

Garut merupakan salah satu daerah di Provinsi Jawa Barat yang dekat dengan Kota Bandung, memiliki lokasi strategis yang berperan dalam menjaga keseimbangan lingkungan juga memiliki potensi besar dalam pengembangan bisnis, khususnya di sektor kuliner (Aminah, 2020). Salah satu faktornya yaitu tingkat kepadatan penduduknya tinggi, mencapai 2,6 juta jiwa, dan untuk kecamatan garut kota itu sendiri memiliki jumlah penduduk sekitar 130 ribu jiwa (Badan Pusat Statistik, 2024).

**Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kabupaten Garut, 2023**

Terakhir Diperbarui : 21 Februari 2024

Kelompok Umur	Penduduk (Laki-Laki)	Penduduk (Perempuan)	Penduduk (Laki-Laki + Perempuan)
0-4	125.231,0	119.693,0	244.924,0
5-9	117.496,0	112.859,0	230.355,0
10-14	116.607,0	110.942,0	227.549,0
15-19	125.300,0	117.373,0	242.673,0
20-24	130.588,0	119.899,0	250.487,0
25-29	123.790,0	112.815,0	236.605,0
30-34	107.717,0	101.787,0	209.504,0
35-39	98.418,0	94.779,0	193.197,0
40-44	88.167,0	84.327,0	172.494,0
45-49	80.612,0	78.294,0	158.906,0
50-54	71.749,0	71.569,0	143.318,0
55-59	60.919,0	60.856,0	121.775,0
60-64	49.056,0	48.641,0	97.697,0
65-69	35.120,0	34.562,0	69.682,0
70-74	22.353,0	22.064,0	44.417,0
75+	19.566,0	20.516,0	40.082,0
Jumlah/Total	1.372.689,0	1.310.976,0	2.683.665,0

Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2024)

**Gambar 1. 3 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kabupaten Garut 2023**

Menurut data diatas dengan kepadatan penduduk yang mencapai 2.6 juta jiwa dan untuk Kecamatan Garut Kota memiliki 130 ribu jiwa, di mana ini kedua terbanyak dari Kecamatan yang ada di Kabupaten Garut (Azriani, 2024), terlihat

sangat banyak di usia anak-anak hingga dewasa namun menurun untuk di usia tua. Kota Garut tidak hanya dikunjungi oleh masyarakat Garut saja, namun banyak juga wisatawan dalam dan luar negeri yang sering berkunjung ke daerah ini, karena masih banyak destinasi wisata alam maupun buatan serta ingin mencoba kuliner dari Kota Garut. Dilansir dari Infogarut.id (2022) Kabupaten Garut telah dikunjungi oleh 1.907.007 wisatawan domestik dan mancanegara. Sehingga Kota Garut memiliki peluang yang besar untuk mendirikan usaha kuliner (Aminah, 2020). Terlebih lagi Wakil Bupati Garut (Helmi Budiman) mendukung usaha kuliner Garut, dengan cara membuka acara pelatihan peningkatan inovasi dan higienitas kuliner, dengan tujuan memperkuat kualitas dan nilai jual kuliner di Kota Garut (Garut, 2023). Saat ini bisnis kuliner Restoran Pempek di Kota Garut yang cukup terkenal diantaranya adalah Pempek DJ, Pempek F1, dan Pempek Veteran. Berikut merupakan 3 (tiga) restoran Pempek di kota Garut yang cukup digemari oleh masyarakat Garut:



- **Pempek DJ**

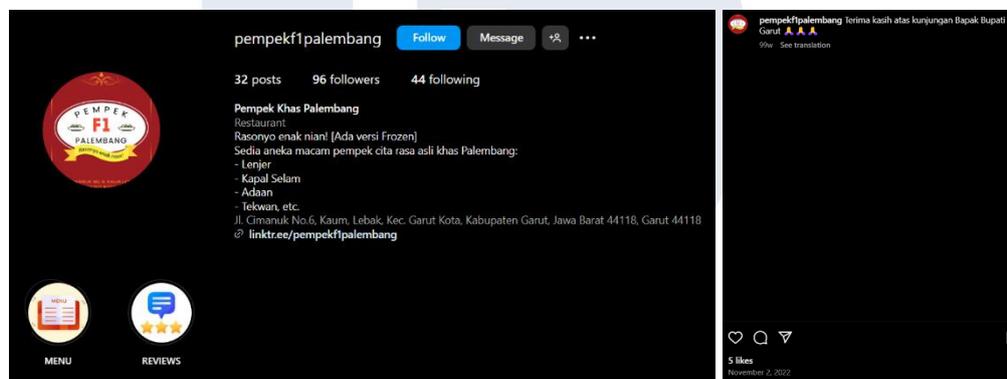


**Gambar 1. 4 Restoran Pempek DJ**

Sumber: Foto Peneliti & Google.com

Pempek DJ adalah salah satu restoran pempek yang cukup populer di Kota Garut, yang telah berdiri sejak tahun 2006. Restoran ini terkenal dengan cita rasa pempek yang autentik dan beragam, mulai dari pempek, model, tekwan, es kacang merah, dan hidangan khas Kota Palembang lainnya. Pempek DJ juga populer di kalangan masyarakat Garut yang ingin menikmati cita rasa khas Palembang tanpa harus pergi jauh-jauh ke Kota Palembang. Pempek DJ tidak hanya menawarkan kualitas rasa tetapi juga suasana nyaman yang cocok untuk bersantap bersama keluarga dan teman. Namun, restoran ini masih kurang aktif dalam menggunakan media sosial untuk promosi ataupun berinteraksi dengan konsumen. Sehingga konsumen akan kesulitan dalam memberikan kritik atau saran kepada restoran Pempek DJ.

- **Pempek F1 Palembang**



**Gambar 1. 5 Restoran Pempek F1**

Sumber: Google.com

Pempek F1 merupakan restoran pempek yang mengutamakan kualitas bahan baku untuk menjaga cita rasa asli pempek Palembang. Restoran ini menawarkan berbagai macam pempek termasuk pempek kapal selam, kulit, lenjer dan jenis pempek yang lainnya, yang terbuat dari ikan tenggiri berkualitas tinggi. Meskipun Pempek F1 Palembang terkenal di kalangan warga Garut, tantangan yang sama juga dihadapi oleh restoran Pempek DJ, yaitu kurangnya kehadiran media sosial.

- **Pempek Veteran**



**Gambar 1. 6 Restoran Pempek Veteran**

Sumber: Google.com

Dikenal sebagai salah satu restoran Pempek tertua, Pempek Veteran berfokus pada kualitas bahan dan keaslian rasa, menampilkan resep yang diturunkan dari generasi ke generasi. Letaknya yang strategis di pusat kota Garut membuatnya mudah diakses oleh warga lokal maupun pengunjung luar kota. Namun restoran Pempek Veteran ini tidak memiliki akun Instagram atau media sosial lainnya, sehingga akan kesulitan untuk dikenal oleh orang luar, atau menerima kritik dan saran dari konsumen.

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

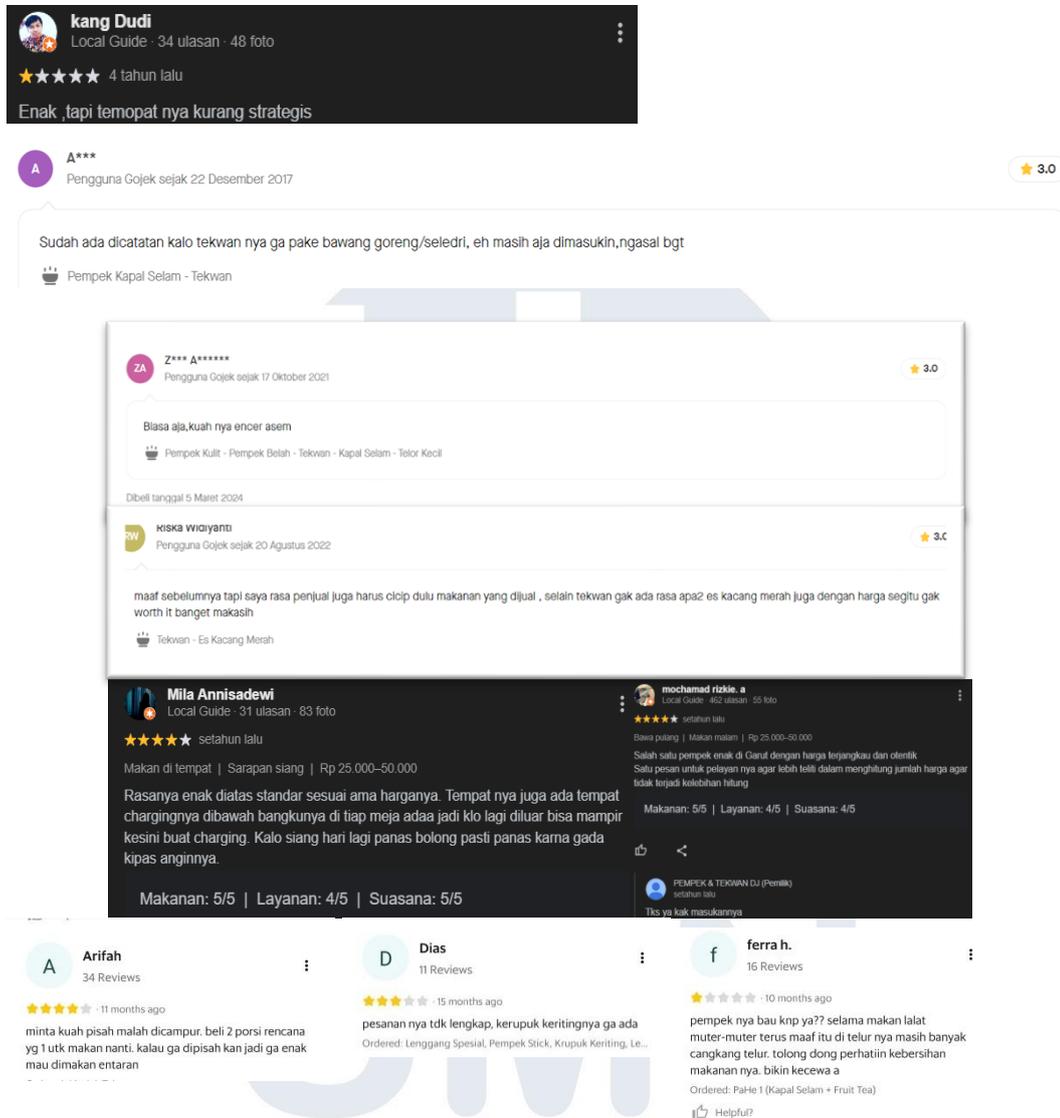
**Tabel 1. 1 Kelebihan & Kekurangan Restoran Pempek di Kota Garut**

<b>Restoran</b>	<b>Kelebihan</b>	<b>Kekurangan</b>
Pempek DJ	Memiliki menu khas Sumatera Selatan yang cukup lengkap	Harga relatif cukup mahal bagi warga sekitar
	Memiliki 2 cabang	Menggunakan packaging plastik
	Menggunakan ikan Tenggiri	Rasa kurang konsisten
	Menjual ikan kiloan	
	Menjual pempek satuan atau paket	
Pempek Veteran	Restoran ada di pusat kuliner Kota Garut	Rasa dan kualitas kurang
	Harga terjangkau bagi masyarakat sekitar	Tempat duduk terbatas
	Sudah terkenal "legend"	Packaging menggunakan kertas gorengan
Pempek F1	Menjual pempek frozen	Tidak menjual satuan
	Menjual dengan sistem paket/bundling	Tempat jual sedikit lebih jauh dari pusat kuliner di Kota Garut
	Kualitas makanan konsisten	Harga relatif mahal bagi warga sekitar
	Packaging menggunakan paper lunch box	Variasi menu terbatas
	Menggunakan ikan Tenggiri	

Calon konsumen atau konsumen yang ingin memutuskan untuk membeli produk di salah satu restoran tersebut, mereka biasanya cenderung melihat ulasan atau *review* dari beberapa situs dan media sosial yang mereka gunakan. Ulasan terhadap suatu restoran merupakan salah satu hal penting yang sangat berguna untuk calon konsumen dan pemilik restoran (Chandra, 2021). Jadi kita dapat melihat secara langsung penilaian dan pendapat orang-orang mengenai restoran tersebut. Akan tetapi ada juga konsumen yang memutuskan untuk membeli produk dari restoran tersebut dari melihat banyaknya orang yang membeli ditempat tersebut. Menilai kualitas suatu restoran bisa dipengarhi berdasarkan ulasan atau *review* dari konsumen yang memberi evaluasi (GoBiz, 2024). Dengan bantuan teknologi, banyak pembeli memakai ulasan restoran menjadi faktor yang mempengaruhi niat berkunjung mereka. Ada banyak sumber *review* yang mampu dipakai konsumen untuk melihat *review* berdasarkan pengguna mengenai kualitas dan kepuasan konsumen. Contohnya *Google Review*, dan *Gofood*. Berikut merupakan hasil berdasarkan beberapa ulasan atau *review* baik dan buruk restoran pempek yang ada di kota Garut:



- **Pempek DJ:**



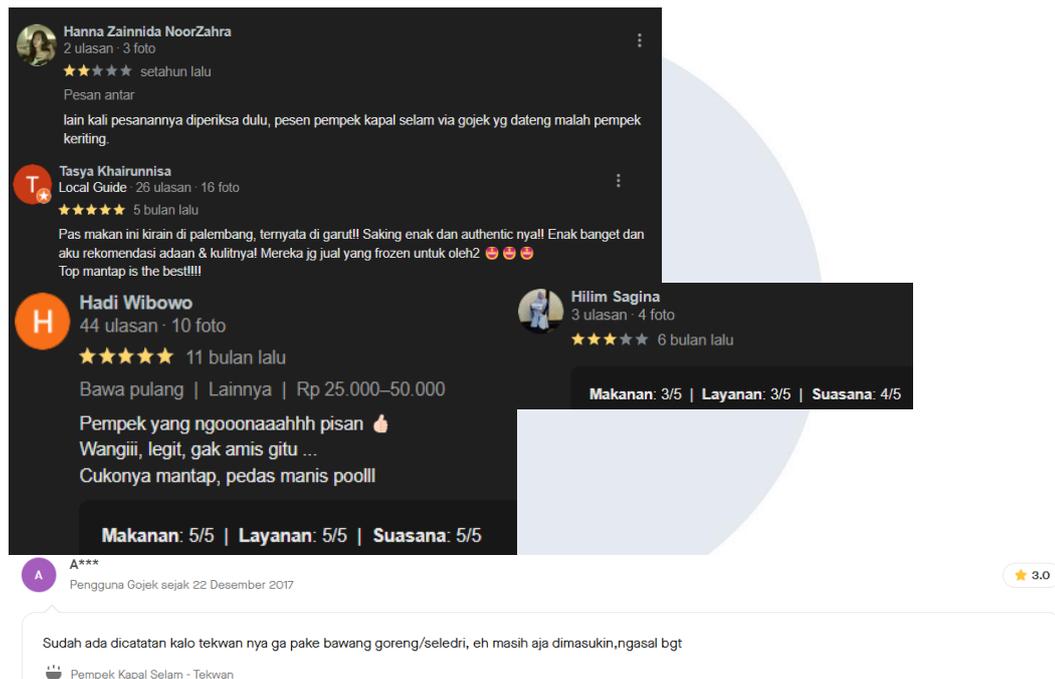
**Gambar 1. 7 Ulasan Pempek DJ**

Sumber: Google.com, Gofood, Grabfood

Berdasarkan gambar 1.7 merupakan hasil ulasan yang didapatkan dari *google reviews*, Grabfood dan dari aplikasi Gofood. Dapat dilihat bahwa ada beberapa ulasan yang menyatakan bahwa di restoran Pempek DJ sering sekali terjadi pada kualitas makanan yang kurang konsisten, dan keteledoran dari karyawannya. Namun, dari beberapa ulasan diatas juga terdapat beberapa ulasan positif, tetapi tetap saja ada masukan dari orang tersebut untuk membantu meningkatkan kualitas

kepada pihak restoran. Hal tersebut tentunya dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam melakukan transaksi, sehingga dapat mempengaruhi niat perilaku konsumen di masa yang akan datang.

- **Pempek F1 Palembang**

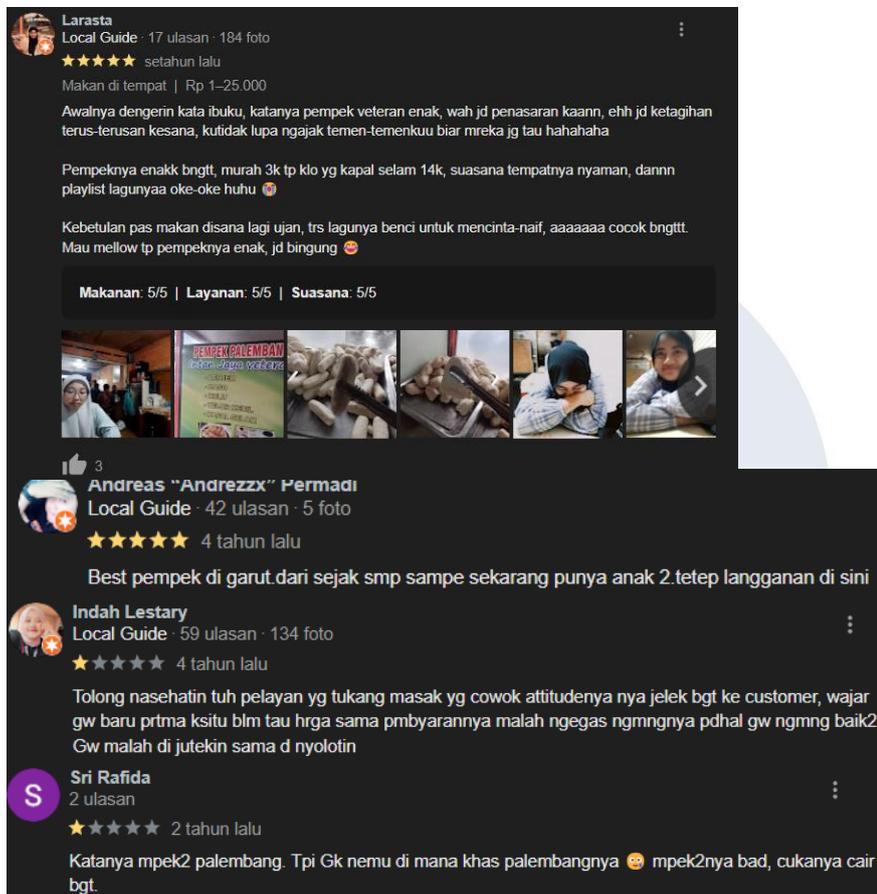


**Gambar 1. 8 Ulasan Pempek F1 Palembang**

Sumber: Google.com dan Gofood

Berdasarkan gambar 1.8 merupakan hasil ulasan yang didapatkan dari *google reviews*, dan dari aplikasi *gofood*. Dapat dilihat bahwa ada beberapa ulasan yang menyatakan bahwa di restoran Pempek F1 Palembang sering sekali terjadi keteledoran dari karyawannya. Dari beberapa ulasan diatas juga, menampilkan beberapa ulasan positif, dimana apabila ada kualitas makanan yang sesuai ekspektasi maka mereka akan merekomendasikannya kepada teman atau kerabatnya. Dengan begitu, kualitas makanan dan pelayanan ini dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam melakukan transaksi, dan dapat mempengaruhi niat perilaku konsumen di masa yang akan datang.

- **Pempek Veteran**



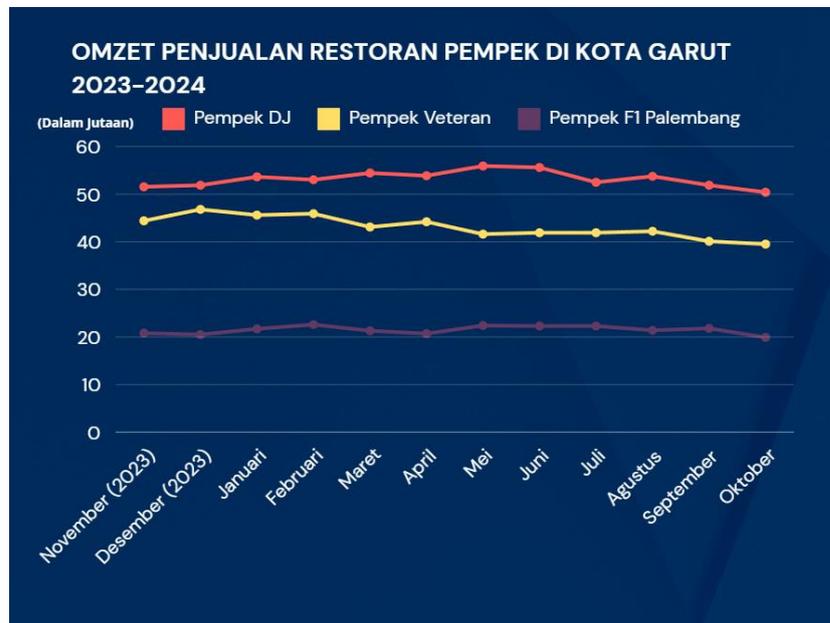
**Gambar 1. 9 Ulasan Pempek Veteran**

Sumber: Google.com

Berdasarkan gambar 1.9 merupakan hasil ulasan yang didapatkan dari *google reviews*, dapat dilihat bahwa ada beberapa ulasan yang menyatakan bahwa di restoran Pempek Veteran sering sekali terjadi keteledoran dari karyawannya. Dan juga dari segi kualitas makanannya. Hal ini hampir mirip dengan kesalahan yang dilakukan oleh restoran lainnya. Dari beberapa ulasan diatas juga, menampilkan beberapa ulasan positif, dimana apabila ada kualitas makanan yang sesuai ekspektasi maka mereka akan merekomendasikannya kepada teman atau kerabatnya. Dengan begitu, kualitas makanan dan pelayanan ini dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam melakukan transaksi, dan dapat mempengaruhi niat perilaku konsumen di masa yang akan datang.

Masing-masing dari restoran tersebut memiliki kendala, yaitu kurangnya kualitas, baik dari segi pelayanan, makanan, hingga harga, dari ketiga faktor tersebut dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dan juga keinginan mereka dalam melakukan suatu perilaku tertentu seperti merekomendasikan kepada orang lain atau melakukan transaksi lagi. Maka dari itu, para pelaku usaha perlu meningkatkan faktor-faktor tersebut untuk terus mempertahankan pelanggan mereka dalam persaingan yang ketat. Berdasarkan data diatas, restoran pempek di Kota Garut menerima ulasan yang bervariasi, baik positif maupun negatif. Ulasan ini mencerminkan Tingkat kepuasan konsumen terhadap produk atau layanan yang mereka terima. Menurut (Umar , 2005, p. 65), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan yang muncul setelah membandingkan hasil yang diterima dengan ekspektasi mereka. Sementara itu, (Peterson , Wilson, & Brown, 1992) mendefinisikan kepuasan pelanggan menjadi syarat di mana permintaan dan keinginan konsumen terhadap suatu produk atau layanan terpenuhi, sehingga menghasilkan perilaku pembelian berulang dan loyalitas terhadap produk tersebut. Sejumlah ulasan positif telah dialami oleh beberapa konsumen, tetapi ada juga ulasan buruk yang dilontarkan oleh konsumen, seperti kualitas pelayan yang buruk, kualitas makanan (pempek) yang tidak ada ciri khas dari kota Palembang, lokasi yang kurang strategis, dan harga yang tidak sesuai dengan kualitas yang didapat. Ulasan negatif merupakan bentuk keluhan yang ditujukan pelanggan terhadap perusahaan penyedia produk atau jasa sebagai ungkapan ketidakpuasan terhadap pelayanan atau hasil yang tidak sesuai harapan (Rusydi, 2017). Menurut Barlow & Moller (2008), keluhan merupakan indikasi ketidakpuasan pelanggan terhadap kualitas layanan yang mereka terima dari suatu perusahaan. Dari tindakan atau fenomena tersebut, pelanggan memberikan penilaian rendah yaitu 1 dari 5. Dari penjelasan para ahli dengan data di atas dapat disimpulkan bahwa beberapa konsumen merasa tidak puas dengan produk atau layanan yang diterima setelah melakukan transaksi, sehingga hal ini dapat menyebabkan konsumen tidak akan melakukan transaksi lagi atau tidak merekomendasikan kepada teman atau orang lain untuk melakukan pembelian di restoran pempek tersebut.

**Gambar 1. 10 Omzet Penjualan Restoran Pempek di Kota Garut**



Sumber: Pempek DJ, Pempek F1, Pempek Veteran (2024)

Berdasarkan data dari gambar 1.10, menunjukkan data omzet penjualan Restoran Pempek di Kota Garut dengan periode 1 tahun (November 2023 – Oktober 2024) masih terlihat fluktuatif. Dapat dilihat bahwa Pempek DJ konsisten mencatat omzet tertinggi, dengan angka stabil di kisaran 50 juta rupiah, meskipun terlihat sedikit penurunan pada bulan Februari & April 2024, Juni - Juli 2024 dan September – Oktober 2024, dengan persentase Restoran Pempek DJ mengalami penurunan sebesar 2.23%. Pempek Veteran berada di posisi kedua, dengan omzet sekitar 40 juta rupiah yang juga mengalami tren penurunan secara bertahap, yaitu pada bulan Januari & Maret 2024, dan sempat mengalami omzet yang stabil pada bulan Mei – Agustus, lalu mengalami penurunan di bulan selanjutnya hingga bulan Oktober 2024, dengan persentase Restoran Pempek Veteran mengalami penurunan sebesar 11.04%. Terakhir, Pempek F1 Palembang menunjukkan performa terendah, dengan omzet sekitar 20 juta rupiah, yang juga mengalami penurunan omzet pada bulan Desember 2023, Maret – April 2024, dan Juni – Oktober 2024, walaupun tidak mengalami penurunan yang signifikan tetapi tetap saja restoran mengalami kerugian, penurunan yang dialami oleh restoran Pempek F1 Palembang sebesar 4.33%. Sehingga dari data diatas, dari ketiga restoran mengalami penurunan, yang

salah satunya disebabkan oleh beberapa ulasan buruk yang terjadi oleh beberapa konsumen seperti dari segi kualitas pelayanan, kualitas makanan, dan harga yang berdampak konsumen tidak melakukan transaksi kembali.

Pada penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa semakin loyal konsumen untuk melakukan transaksi, dan mereka memilih untuk melakukan transaksi berulang di kemudian hari, sehingga akan semakin sukses perusahaan tersebut juga semakin besar kemungkinan mereka bertahan dalam pasar yang kompetitif (Namin, 2017). Oleh karena itu, hubungan antara *service quality* terhadap *customer satisfaction* dan *behavioral intention* sangat penting dan diselidiki dalam penelitian ini dengan analisis restoran cepat saji. Dalam persaingan restoran cepat saji, *Service Quality* perlu difokuskan agar perusahaan dapat bersaing dan bertahan (Gregory, Smith, & Lenk, 1997). Aswad, Realize, & Wangdra, (2018) menyebutkan kualitas pelayanan adalah tingkat tertinggi yang diharapkan untuk memuaskan selera konsumen. Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi *customer satisfaction* dan *behavioral intention* adalah *food quality* dan *perceived value* (Namin, 2017).

*Food quality* adalah elemen terpenting dalam menentukan keseluruhan kualitas pelayanan dan memiliki hubungan positif dengan kepuasan serta loyalitas pelanggan (Ryu & Han, 2010). Kualitas makanan sangat krusial bagi sebuah restoran untuk menarik perhatian dan mempertahankan pelanggan, karena fokus utama seseorang berkunjung ke tempat makan adalah menghilangkan rasa lapar. Oleh karena itu, meskipun pelayanan restoran baik dan memiliki pengetahuan, kualitas makanan tetap menjadi faktor yang tidak bisa digantikan dari sudut pandang pelanggan Johns dan Howards (1998) dalam Namin (2017). Dalam penelitian yang telah dilakukan, *food quality* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* (Namin, 2017).

Menurut Tjiptono yang dikutip dari (Rachman, 2017, p. 3) Kualitas pelayanan merupakan parameter seberapa baik kualitas pelayanan yang ditawarkan dapat memenuhi harapan pelanggan. Menurut (Lough & Kim, 2007) menyebutkan bahwa semakin loyal konsumen terhadap penyedia layanan pelanggan, mereka akan semakin puas terhadap layanan tersebut. Hal ini meningkatkan kemungkinan

pembelian mereka terhadap suatu produk (*Behavioral Intention*). Dengan demikian, dalam studi yang dilaksanakan oleh Namin (2017), *Service Quality* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* tetapi tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*.

*Perceived value* adalah evaluasi konsumen secara keseluruhan terhadap manfaat suatu produk berdasarkan penilaian mereka mengenai apa yang didapatkan dan apa yang diberikan (Zeithaml, 1998). *Perceived value* juga mencakup bagaimana konsumen menilai suatu produk yang ditawarkan dan apakah harga tersebut sepadan atau tidak dengan kualitas yang diberikan. Dalam penelitian ini yang dialami oleh restoran pempek di Kota Garut, ada beberapa konsumen yang menganggap nilai yang dikeluarkan tidak sesuai ekspektasi mereka baik dari segi layanan maupun makanan. Dalam penelitian yang telah dilakukan, *perceived* memiliki pengaruh positif terhadap *customer satisfaction* (Namin, 2017)

Kepuasan merupakan perasaan bahagia atau rasa kecewa yang timbul setelah menilai perbandingan kinerja suatu produk dengan harapan terhadap kinerja tersebut (Kotler & Keller, 2007, p. 177). Menurut (Umar, 2005, p. 65), kepuasan konsumen merupakan tingkat emosi yang dialami setelah membandingkan apa yang diterima sesuai dengan apa yang diharapkan. Dalam analisis ini yang dialami oleh restoran pempek di Kota Garut, ada beberapa konsumen yang memberikan ulasan atau review dengan memberikan bintang yang rendah, sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen tersebut merasa tidak senang dengan apa yang diberikan oleh restoran tersebut. Sehingga dapat menyebabkan pelanggan tersebut tidak akan melakukan pembelian berulang atau tidak akan merekomendasikan kepada teman atau kerabat mereka. Pada penelitian Sebelumnya, *customer satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention* (Namin, 2017).

*Behavioral intention* (niat berperilaku) merujuk pada perilaku konsumen yang setia terhadap Perusahaan dan cenderung merekomendasikan kepada orang lain karena pengalaman pelayanan yang baik (Namkung & Jang, 2007). Menurut (Zeithaml, Berry, & Parasuraman, 1996), *behavioral intention* merupakan dampak

dari persepsi terhadap kualitas pelayanan, yang dapat digunakan sebagai indikator keberhasilan loyalitas pelanggan terhadap Perusahaan. Pengukuran niat berperilaku menjadi salah satu metode terbaik untuk memprediksi pola pembelian konsumen di masa depan.



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## 1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang penelitian, seiring berjalannya waktu industri kuliner terus mengalami peningkatan, terlebih lagi industri kuliner memberikan dampak yang positif terhadap PDB. Begitu juga dengan industri kuliner lokal, salah satunya makanan pempek, yang sudah terkenal di Indonesia bahkan di kancan internasional. Sehingga industri makanan pempek mulai dijual oleh beberapa pelaku usaha yang ada di beberapa daerah salah satunya daerah Garut, Jawa Barat. Namun, sayangnya restoran pempek yang ada di Kota Garut yaitu Pempek DJ, Pempek F1, dan Pempek Veteran mengalami beberapa permasalahan seperti data diatas yaitu, kualitas pelayanan, kualitas makanan, dan persepsi nilai harga, yang tidak sesuai ekspektasi konsumen, sehingga menyebabkan tidak puasny konsumen terhadap restoran tersebut. Hal tersebut dapat menyebabkan minat perilaku pembeli yang rendah di kemudian hari. Mengingat pentingnya faktor-faktor tersebut, maka penelitian ini menganalisis pengaruh *Service Quality*, *Food Quality*, *Perceived Value* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Behavioral Intention* pada Restoran Pempek di Kota Garut. Berdasarkan uraian tersebut, dapat dirancang sejumlah pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intentions* pada restoran pempek di kota Garut?
2. Apakah *Service Quality* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* pada restoran pempek di kota Garut?
3. Apakah *Service Quality* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* pada restoran pempek di kota Garut?
4. Apakah *Food Quality* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* pada restoran pempek di kota Garut?
5. Apakah *Perceived Value* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* pada restoran pempek di kota Garut?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah penelitian yang telah disusun, maka tujuan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* pada restoran pempek di kota Garut.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Service Quality* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* pada restoran pempek di kota Garut.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Service Quality* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* pada restoran pempek di kota Garut.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Food Quality* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* pada restoran pempek di kota Garut.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Perceived Value* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* pada restoran pempek di kota Garut.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif yang berarti bagi kalangan akademisi dan praktisi, dengan manfaat yang dirinci sebagai berikut:

#### 1.4.1 Manfaat Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya terkait pengaruh berbagai variabel terhadap *customer satisfaction* dan *behavioral intention*. Hasilnya dapat digunakan sebagai referensi dalam mata kuliah pemasaran untuk membantu mahasiswa memahami dinamika pasar. Selain itu, peneliti ini membuka peluang eksplorasi lebih lanjut terhadap aspek-aspek lain yang memengaruhi customer

satisfaction dan behavioral intention di berbagai sektor industri, serta memberika studi kasus nyata untuk diskusi di kelas.

#### **1.4.2 Manfaat Praktisi**

Analisis ini diharapkan dapat dianggap sebagai acuan dan juga referensi bagi para Restoran Pempek di Kota Garut maupun restoran lainnya dalam melakukan keputusan strategis dan memberi masukan dalam strategi penjualan dalam memaksimalkan omzet penjualan. Hal yang dapat ditingkatkan lagi adalah strategi pemasaran dan nilai yang akan diberikan kepada konsumen.

#### **1.5 Batasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa limitasi yang didasarkan pada kriteria dan syarat tertentu yang diterapkan pada responden, yang berpotensi memengaruhi hasil penelitian. Berikut adalah batasan-batasan dalam penelitian ini:

1. Responden dalam penelitian ini adalah laki-laki dan Perempuan
2. Responden minimal berusia 18 tahun. Hal ini dikarenakan memasuki usia 18 tahun adalah fase yang baik untuk mengembangkan pola pikir dan mulai berperan serta terlibat aktif, sehingga dapat mengambil keputusan yang tepat (Suharyanto, 2019).
3. Responden pernah makan ditempat pada Restoran Pempek di Kota Garut, untuk memastikan data yang diperoleh berasal dari pengalaman langsung.
4. Responden pernah berbelanja produk Restoran Pempek di kota Garut lebih dari 2 kali, untuk memastikan data yang diperoleh berasal dari pelanggan dengan pengalaman interaksi yang konsisten sehingga dapat memberikan penilaian yang akurat terhadap variabel penelitian.
5. Responden ada berkunjung dan makan di tempat pada Restoran Pempek yang ada di Kota Garut dalam 3 bulan terakhir, untuk memastikan bahwa jawaban didasarkan pada pengalaman yang masih relevan dan tidak bias.

6. Variabel yang digunakan untuk membatasi penelitian ini yaitu sebanyak 5 aspek yaitu, *Service Quality*, *Food Quality*, *Perceived Value*, *Customer Satisfaction* dan *Behavioral Intention*.
7. Pada variabel *Service Quality*, dimensi yang diteliti hanya dimensi *empathy* dan *responsiveness*. Karena untuk mengetahui lebih detail apakah dimensi tersebut berpengaruh pada penelitian ini atau tidak.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Ketika penulis menyusun karya ini penulis membaginya menjadi 5 (lima) bab, dan setiap bab saling berhubungan. Sistematika penulisan ini akan dijelaskan di bawah ini:

### **BAB I: Pendahuluan**

Bab ini menguraikan gambaran umum penelitian yang menjadi fokus utama yaitu, *service quality*, *food quality*, dan *perceived value* terhadap *customer satisfaction* dan *behavioral intention* pada restoran pempek di Kota Garut. Dalam bab ini, penulis merumuskan permasalahan berdasarkan fenomena yang diamati melalui pertanyaan penelitian, lalu tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti, juga manfaat penelitian yang menguraikan kontribusi yang diharapkan, dan batasan penelitian hingga sistematika penulisan.

### **BAB II: Landasan Teori**

Bab ini memaparkan teori – teori yang menjadi dasar penelitian dan definisi dari para ahli, baik yang berasal dari jurnal internasional maupun nasional, yang digunakan untuk mengukur variabel – variabel penelitian seperti *service quality*, *food quality*, *perceived value*, *customer satisfaction* dan *behavioral intention*. Selain itu, Bab II juga mengulas konsep-konsep yang menjelaskan hubungan antar variabel tersebut.

### **BAB III: Metode Penelitian**

Bab ini menyampaikan ringkasan tentang fokus penelitian, dilengkapi dengan penjelasan mengenai teknik pengumpulan data, prosedur pengumpulan

data, metode pengolahan data yang digunakan, batasan waktu penelitian, serta teknik analisis data yang dilakukan dengan menggunakan Smart PLS.

#### BAB IV: Analisis dan Pembahasan

Bab ini mencakup karakteristik responden, analisis data, uji hipotesis, dan pembahasan

#### BAB V: Kesimpulan dan Saran

Bab terakhir ini memuat kesimpulan dan saran yang dirumuskan berdasarkan hasil penelitian. Kesimpulan memberikan jawaban atas tujuan penelitian, sementara saran disusun sebagai rekomendasi yang dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dan sebagai masukan bagi Perusahaan yang menjadi obek penelitian.

