



### **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 Masalah

Industri kreatif merupakan salah satu bentuk industri yang tengah berkembang pesat dalam beberapa tahun ini. Penjelasan yang dikeluarkan oleh Kementerian Perdagangan pada tahun 2009 mendefinisikan industri kreatif sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Industri kreatif akan membentuk suatu ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif akan memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan, menciptakan iklim bisnis yang positif, membangun citra dan identitas bangsa, berbasis pada sumber daya yang terbarukan, menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa, dan memberikan dampak sosial yang positif. Masih menurut Kementerian Perdagangan, masalah yang dihadapi oleh industri kreatif berhubungan dengan pembiayaan, kuantitas serta kualitas sumber daya manusia, iklim kondusif untuk memulai & menjalankan usaha, penghargaan/ apresiasi, percepatan tumbuhnya teknologi informasi dan komunikasi, dan yang terakhir adalah ketersediaan bahan baku.

Pertumbuhan restoran di Indonesia saat ini telah mengalami banyak kemajuan, mengingat restoran merupakan salah satu bentuk pengembangan dari industri kreatif. Perkembangan yang pesat ini dapat terlihat dari banyaknya

restoran yang menjamur di tengah masyarakat khususnya di daerah perkotaan. Restoran menjadi tempat alternatif bagi konsumen untuk mendapatkan makanan dan minuman yang diinginkan

Menurut **Lee dan Ugald** (1997) dalam **Hong Qin** (2008), konsumen memiliki pertimbangannya tersendiri untuk datang ke restoran. Pertimbangan tersebut mencakup letak, suasana, harga, dan kualitas yang akan diberikan kepada konsumen sebagai bentuk timbal balik dari uang yang dikeluarkan. Pertimbangan dari segi letak dapat dilakukan saat sebuah restoran berada dalam letak yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen. Suasana sebuah restoran juga turut menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam memilih restoran. Suasana restoran berhubungan dengan kenyamanan yang dibangun saat konsumen menikmati hidangan makanan dan minuman yang disajikan. Suasana yang nyaman dapat dibangun dari segi desain yang menarik, pencahayaan yang sesuai, dan jenis lagu yang diputar untuk mendukung terciptanya suasana yang nyaman bagi konsumen.

Pertimbangan dari segi harga dan value yang diperoleh merupakan salah satu bentuk pertimbangan yang sering dilakukan oleh konsumen dalam memilih sebuah restoran. Harga menjadi suatu hal yang berpengaruh saat konsumen memiliki tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap harga produk makanan dan minuman yang ditawarkan. Dengan adanya harga, konsumen dapat menilai kualitas produk dan jasa yang diberikan.

Pertimbangan lain yang berpengaruh saat konsumen memilih sebuah restoran adalah dari segi kualitas yang diberikan. Saat konsumen datang ke sebuah restoran maka konsumen akan memperoleh produk berupa makanan dan minuman serta terdapat jasa berupa pelayanan yang diberikan. Oleh sebab itu, saat menilai kualitas dari sebuah restoran maka dilihat dari segi kualitas produk makanan dan minuman yang disajikan serta kualitas pelayanan untuk mendukung penyajian makanan dan minuman. Tiap restoran harus dapat menunjukkan dan mempertahankan kualitas terbaik yang dapat mereka berikan kepada konsumen.

Kepuasan konsumen menjadi aspek yang diharapkan dapat dirasakan oleh konsumen terhadap sebuah restoran. Kepuasan konsumen menjadi salah satu faktor penentu untuk pembelian di masa yang akan datang. Saat konsumen merasa puas, maka terdapat kemungkinan yang besar untuk melakukan kunjungan kembali ke restoran atau membeli produk restoran. Permasalahan yang dihadapi oleh pihak restoran terjadi ketika konsumen merasa tidak puas dan tidak ingin melakukan pembelian kembali

Konsumen dengan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap restoran dapat menjadi salah satu faktor penentu keberlangsungan restoran. Saat konsumen merasa puas, maka terdapat kemungkinan yang lebih besar untuk menyampaikan rekomendasinya kepada kerabat dan keluarga terdekat. Penyampaian rekomendasi yang baik dapat meningkatkan tingkat kunjungan konsumen. Tanggung jawab dari pihak restoran adalah tetap menjaga kualitas produk serta pelayanannya dalam performa yang terbaik. Hal ini menjadi suatu tantangan bagi sebuah restoran karena kesalahan kecil yang dilakukan dapat mempengaruhi kualitas

restoran secara keseluruhan. Perlu adanya kerjasama yang baik dari karyawan dan pemilik dalam menjaga kualitas.

Dengan adanya analisis ini diharapkan dapat membantu sebuah restoran dalam mengembangkan bisnisnya secara keseluruhan. Namun demikian, hal ini masih harus dikaji lebih lanjut. Atas dasar latar belakang tersebut peneliti memilih masalah ini untuk dijadikan objek penelitian sebagai tugas akhir.

## 1.2 Rumusan Masalah

Pihak manajemen restoran perlu mengetahui dan menjalankan program-program untuk mencapai kepuasan konsumen. Dalam model penelitian yang dilakukan, peneliti mengambil beberapa variabel yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka pokok permasalahan yang akan dikaji sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan langsung dan positif antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen ditinjau dari aspek keberwujudan (*tangible*)?
2. Apakah terdapat hubungan langsung dan positif antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen ditinjau dari aspek keandalan (*reliability*)?
3. Apakah terdapat hubungan langsung dan positif antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen ditinjau dari aspek ketanggapan (*responsiveness*)?

4. Apakah terdapat hubungan langsung dan positif antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen ditinjau dari aspek tingkah laku pekerja (*employee behaviors*)?
5. Apakah terdapat hubungan langsung dan positif antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen ditinjau dari aspek empati (*empathy*)?
6. Apakah terdapat hubungan langsung dan positif antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen ditinjau dari aspek *food quality*?
7. Apakah terdapat hubungan langsung dan positif antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen ditinjau dari aspek harga (*price / value*)?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berikut beberapa tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk mengetahui model hubungan struktural dan matematis antara dimensi kualitas barang terhadap kepuasan konsumen restoran Petromak.
2. Untuk mengetahui variabel – variabel terkait dengan dimensi kualitas barang dan kualitas pelayanan terhadap konsumen restoran Petromak yang dirumuskan dalam model matematis :

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + \beta_6X_6 + \beta_7X_7 + \epsilon$$

3. Untuk menjadi bahan masukan terhadap pihak manajemen restoran dalam memberikan kepuasan terhadap konsumen.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap hasilnya dapat bermanfaat.

Berikut ini adalah manfaat akademis dan manfaat praktis dari penelitian ini.

### 1.4.1 Manfaat Akademis

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini secara akademis adalah sebagai bahan masukan bagi penelitian yang serupa atau penelitian yang sifatnya lebih luas di masa yang akan datang.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini secara praktis adalah sebagai bahan masukan bagi para pemilik dan pengelola restoran Petromak dalam memberikan kepuasan konsumen dari segi kualitas pelayanan yang diberikan pihak restoran.

## 1.5 Metode Penelitian

Terdapat dua tipe model penelitian yang dapat dilakukan, yaitu :

1. Metode eksploratori, dilakukan secara kualitatif. Yang terbagi atas :
  - *Indepth interview*
  - Pengamatan langsung
  - Studi pustaka
2. Metode konfirmatori/deskriptif, dilakukan secara kuantitatif. Yang terbagi atas :
  - Survei responden
  - Pengolahan data

- Analisis data

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Peneliti akan menyusun skripsi yang terdiri dari lima bab, yang terlihat dalam daftar isi sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini berisikan latar belakang masalah, pokok permasalahan termasuk perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

### **BAB II TELAAH LITERATUR**

Pada bab ini akan dikemukakan berbagai teori yang berkaitan dengan konsep yang akan digunakan sebagai dasar dalam menganalisis dan membahas inti permasalahan. Kerangka teori yang digunakan sebagai dasar analisis merupakan teori atau pemikiran dari para ahli khususnya ahli ekonomi, marketing dan penelitian.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini peneliti menjabarkan berbagai hal yang menyangkut metodologi penelitian khususnya metode eksploratori dan konfirmatori/deskriptif dengan beberapa karakteristiknya. Kemudian peneliti menjelaskan nara-sumber, metode pengumpulan data, metode analisis data dan langkah prosesnya, waktu serta lokasi penelitian.

## **BAB IV HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN**

Bab ini merupakan inti dari penelitian. Peneliti membahas tentang hasil penelitian yang mencakup gambaran umum objek-objek penelitian, serta hasil pengumpulan data yang berhubungan dengan masalah yang dibahas.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi mengenai penjelasan kesimpulan yang diambil setelah melakukan analisis dan pembahasan yang dikaitkan dengan tujuan penelitian serta saran yang baik dari sisi akademis maupun praktis.

# UMMN