

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang sangat pesat saat ini, berdampak pada perubahan gaya hidup (*life style*) dan pola makan masyarakat kota yang sering menghabiskan waktu diluar seperti di rumah makan, cafe, atau restoran. Menurut Mayasari dan Saino (2015:2) generasi muda di kota besar lebih menyukai makan di luar rumah seperti *mall* (pusat perbelanjaan), cafe, dan restoran. Sehingga banyak pengusaha membuka bisnis di bidang *Food & Beverage* (F&B), Salah satu restoran yang ikut bersaing dalam perkembangan bisnis F&B di Kota Surabaya adalah Pancious Restoran. Terdapat 3 gerai Pancious Restoran di wilayah Surabaya, salah satunya yaitu Pancious Ciputra World Surabaya (CWS) yang terletak didalam mall CWS lantai 3 unit 58. selain menjadi bisnis yang menguntungkan, juga memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam hal makanan dan minuman agar lebih mudah dan praktis. Semakin banyak bisnis di bidang kuliner, semakin ketat pula persaingan di dunia bisnis F&B, tentunya ditengah ketatnya persaingan bisnis membuat pengusaha harus memiliki strategi perencanaan yang tepat untuk menciptakan kepuasan konsumen, karena konsumen tidak merasa terpuaskan dengan pilihan berbagai restoran. Oleh sebab itu, Kepuasan Konsumen dalam memenuhi kebutuhan *Food & Beverage* menjadi fokus peneliti.

Kepuasan konsumen adalah faktor penting dalam pencapaian keuntungan jangka panjang perusahaan. Saat ini konsumen dihadapkan oleh banyaknya pilihan resto untuk memenuhi kebutuhan *Food & Beverage*, Dalam kondisi

persaingan yang ketat, prioritas utama dalam bisnis restoran adalah tingkat kepuasan konsumen dengan maksud agar konsumen tetap loyal dan tidak pindah ke restoran lain, yang mengakibatkan penurunan jumlah pengunjung. Faktor harga dianggap dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, namun ketika harga tersebut sebanding dengan apa yang didapatkan, maka harga tidak menjadi masalah. Sehingga terdapat faktor lain seperti kualitas dari pelayanan, kualitas dari produk serta suasana restoran yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Hasil penelitian Sugianto dan Sugiharto (2013) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Serta hasil penelitian Salsabilah dan Sunarti (2018) menunjukkan bahwa kualitas produk dan Suasana Restoran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Kottler dan Keller dalam Priansa (2017:196) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang.

Fenomena munculnya kepuasan konsumen saat ini mengacu pada keinginan konsumen untuk mendapatkan suatu kemudahan, kecepatan, dan ketepatan dalam pelayanan. Sehingga tidak perlu lagi mengantri untuk memesan makanan, melakukan pembayaran serta tidak butuh waktu lama untuk memenuhi kebutuhannya. Jika kebutuhan atau keinginan konsumen tersebut bersifat segera

dipenuhi, maka kualitas dari pelayanan tersebut menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam memilih restoran. Hasil penelitian Utami dan Jatra (2015), Subakti dkk (2015), serta Fiazisyah dan Purwidiani (2018) menunjukkan bahwa kualitas layanan dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Adhiyanto dalam Utami dan Jatra (2015:1985), menyatakan bahwa kualitas layanan yang baik dalam suatu perusahaan akan dapat memberikan rasa puas terhadap pelanggan. Lebih lanjut, menurut Chaniotakis dan Lymperopoulos dalam Utami dan Jatra (2015:1985) kualitas pelayanan sebagai sikap konsumen yang berkaitan dengan hasil dari perbandingan antara harapan dari layanan dengan persepsinya terhadap kinerja aktual. Namun, belum tentu pelayanan yang baik dan ramah sesuai dengan harapan, seperti kurangnya daya tanggap saat kondisi ramai sehingga mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, dan beralih ke ke restoran lain.

Fenomena kepuasan konsumen terhadap kualitas produk, yakni kelayakan produk Pancious restoran Ciputra World Surabaya yang ditawarkan dapat menjadi penentu konsumen dalam memenuhi kebutuhan makan dan minum. Konsumen akan mempertimbangkan kualitas produk untuk dikonsumsi. Jika kualitas produk tidak terjamin maka konsumen akan kecewa namun sebaliknya jika produk yang dijual terjamin kualitasnya maka konsumen akan merasa terpuaskan. Hasil penelitian Sugianto dan Sugiharto (2013), Mayasari dan Saino (2015), serta Salsabilah dan Sunarti (2018) menunjukkan bahwa kualitas produk (*Food Quality*) dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan hasil penelitian Fiazisyah dan

Purwidiani (2018) menunjukkan bahwa Tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Potter and Hotchkiss dalam Salsabilah dan Sunarti (2018:141), *food quality* adalah karakteristik kualitas dari suatu makanan yang dapat diterima oleh konsumen. Sedangkan menurut Kotler dalam Mayasari dan Saino (2015:4), menjelaskan tentang kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau layanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang diisyaratkan. Lebih lanjut, kualitas produk seperti produk yang kurang bervariasi tampilan produk yang kurang menarik, dsb. Sehingga ketika konsumen tidak terpuaskan oleh kualitas dari produk tersebut, maka mereka akan memilih restoran lain.

Fenomena kepuasan konsumen terhadap suasana restoran mengarah pada Pergeseran budaya yang menjadikan restoran tidak hanya sebagai tempat makan dan minum, namun bisa digunakan sebagai tempat berkumpul, *meeting* dan acara lainnya. Sehingga memaksa Pancious restoran Ciputra world Surabaya berinovasi dan kreatif untuk menciptakan rasa nyaman, tata ruang yang baik serta dekorasi yang menarik dan unik kepada pengunjung restoran. Hasil penelitian Salsabilah dan Sunarti (2018) menunjukkan bahwa Suasana Restoran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Berman and Evan dalam Salsabilah dan Sunarti (2018:143), "*atmosphere refers to the store's physical characteristic that are used to develop and image and to draw customers*", yang berarti suasana toko (Restoran) merupakan karakteristik fisik yang digunakan untuk membangun kesan dan menarik pelanggan. Sedangkan menurut Levy and Weitz dalam

Salsabilah dan Sunarti (2018:141), "*atmosphere refrers to design of an environment via visual communication, lighting, colours, music, and scent to simulate customers perception and emotional responses and ultimately to affect their purchase behavior*", yang berarti suasana restoran melalui visual, penataan, cahaya, music dan aroma yang dapat menciptakan lingkungan pembelian yang nyaman sehingga dapat mempengaruhi persepsi dan emosi konsumen terhadap kepuasan. Namun, saat restoran dalam kondisi ramai (*Rush Hours*) suasana restoran berubah dari kondusif menjadi ramai, penuh dan sesak dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Sehingga mereka akan beralih ke restoran lain dengan suasana yang lebih kondusif.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti akan melakukan penelitian dengan judul : "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Suasana Restoran terhadap Kepuasan Konsumen Pancious Restoran Ciputra World Surabaya".

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berikut adalah rumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Apakah ada pengaruh pada Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen Pancious Restoran Ciputra World Surabaya ?
2. Apakah ada pengaruh pada Kualitas Produk terhadap Kepuasan konsumen Pancious Restoran Ciputra World Surabaya ?
3. Apakah ada pengaruh pada Suasana Restoran terhadap Kepuasan konsumen Pancious Restoran Ciputra World Surabaya ?

4. Apakah ada pengaruh pada Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Suasana restoran terhadap Kepuasan konsumen Pancious Restoran Ciputra World Surabaya ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pancious Restoran Ciputra World Surabaya.
2. Untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Pancious Restoran Ciputra World Surabaya.
3. Untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh Suasana Restoran terhadap Kepuasan Konsumen Pancious Restoran Ciputra World Surabaya.
4. Untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Suasana Restoran terhadap Kepuasan Konsumen Pancious Restoran Ciputra World Surabaya.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah :

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

Dalam hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan atau wawasan, berkaitan dengan teori kualitas pelayanan, kualitas produk, suasana restoran dan kepuasan konsumen.

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

Manfaat praktis ini adalah :

##### **a. Bagi Peneliti**

Diharapkan dapat menambah pengetahuan atau wawasan serta menjadi referensi pembaca, mahasiswa, atau seluruh kalangan yang berkaitan dengan kualitas

pelayanan, kualitas produk, suasana restoran dan kepuasan konsumen.

**b. Bagi Perusahaan**

Diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas tentang pentingnya bagi Pancious restoran Ciputra World Surabaya dalam mengutamakan kualitas pelayanan, kualitas produk, serta memperhatikan suasana restoran agar memberikan rasa kepuasan konsumen dan mencapai tujuan perusahaan.

**c. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya**

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah referensi sebagai bahan penelitian lanjutan yang lebih mendalam pada masa mendatang.

**(Halaman ini sengaja dikosongkan)**