



BAB 1

PENDAHULUAN

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis kuliner merupakan bisnis yang sedang berkembang di Indonesia pada saat ini. Munculnya berbagai makanan yang unik seperti wisata kuliner, dan tren kuliner sebagai gaya hidup masyarakat, menjadi bukti bahwa bisnis kuliner ini berkembang dengan pesat. Makanan dan minuman merupakan salah satu potensi bisnis dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi karena makanan dan minuman merupakan salah satu kebutuhan utama semua orang dari berbagai kalangan [1]. Kuliner dalam bahasa Inggris adalah *culinary* yang memiliki arti sesuatu yang berhubungan dengan memasak atau makanan. Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia menyebutkan bahwa bisnis di bidang kuliner memberikan kontribusi terbesar kepada sektor ekonomi kreatif di Indonesia. Bisnis kuliner memiliki potensi sebagai penopang industri pariwisata dan memiliki daya tarik yang kuat untuk mendatangkan wisatawan karena menjadi rangkaian perjalanan wisata [2].

Di dalam pemilihan rumah makan, kualitas makanan dan kualitas layanan adalah faktor terpenting dan sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan [2]. Salah satu bentuk bisnis yang sangat mudah berkembang dan semakin hari semakin bertambah jumlahnya saat ini adalah industri restoran. Untuk menjadi sukses dan luar biasa, restoran harus bisa melebihi harapan konsumen dengan memahami alasan pelanggan untuk memenuhi *dining experience* konsumen [3]. Kualitas makanan sangat mempengaruhi keputusan pelanggan untuk mengunjungi kembali restoran. Salah satu kunci menjadi sukses di bidang kuliner adalah menjaga kualitas makanan agar konsumen merasa puas dan menjadi langganan [2].

Service Quality merupakan hal dasar yang dapat dengan mudah dirasakan oleh pelanggan. Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan akan mempengaruhi kenyamanan seorang pelanggan untuk menggunakan produk barang dan jasa dari perusahaan tersebut. *Service Quality* dari sudut pandang pengguna sebagai sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan pelanggan [3]. Terdapat

beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas layanan, yaitu, keramahan, kebersihan, kepedulian, dan kecepatan pelayanan pada sebuah rumah makan [2].

Food Quality merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh restoran dikarenakan makanan merupakan produk utama yang ditawarkan oleh restoran kepada konsumen mereka sehingga restoran harus menjaga harapan konsumen mengenai kualitas dari produk yang ditawarkan oleh restoran kepada konsumen [4]. Secara garis besar *Food Quality* dipengaruhi oleh beberapa indikator, yaitu warna, penampilan, porsi, bentuk, temperature, tekstur, aroma, tingkat kematangan dan rasa [1].

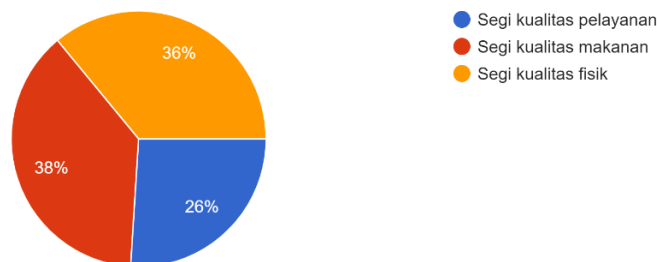
Physical Quality merupakan faktor penting lainnya dalam industri makanan terhadap lingkungan fisik, pada literatur psikolog juga menyatakan lingkungan mempengaruhi kebiasaan manusia. Meskipun makanan dan jasa harus memiliki kualitas yang dapat diterima, lingkungan fisik yang menyenangkan (misalnya, pencahayaan, dekorasi, tata letak, dan penampilan karyawan) dapat menentukan sebagian besar tingkat kepuasan keseluruhan dan perilaku selanjutnya dalam industri restoran. Karena layanan yang pada dasarnya tidak berwujud dan sering mengharuskan pelanggan untuk hadir selama proses, lingkungan fisik dapat memiliki dampak yang signifikan pada persepsi kualitas keseluruhan dari pertemuan layanan, yang pada gilirannya mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam industri restoran [4].

Customer Satisfaction atau kepuasan pelanggan merupakan perasaan konsumen dalam membandingkan antara harapan dan apa yang telah dirasakan [2]. *Customer Satisfaction* memainkan peranan penting dan sangat berkontribusi karena tingkat kepuasan yang tinggi akan menyebabkan minat pelanggan untuk berkunjung kembali di masa depan. Kepuasan pelanggan ditemukan sebagai variabel terkuat untuk mempengaruhi *Revisit Intention*. *Customer satisfaction* erat hubungannya dengan *Revisit Intention* dikarenakan dengan adanya *Customer Satisfaction* seorang pelanggan akan mempertimbangkan minatnya untuk berkunjung kembali di masa yang akan datang. [1].

Revisit Intention merupakan bentuk perilaku (*behavioral intention*) atau keinginan pelanggan untuk datang kembali, memberi *word of mouth* yang positif, tinggal lebih lama dari perkiraan, berbelanja lebih banyak dari perkiraan. Oleh

karena itu, penting bagi manajer pemasaran merancang pengalaman yang tak terlupakan bagi pengunjung dan memberikan inovasi baru setiap periode tertentu, sehingga meningkatkan niat kunjungan kembali konsumen [3]. Kualitas layanan yang baik akan membuat konsumen merasa nyaman dan ingin berkunjung kembali ke restoran tersebut [2].

Bisnis kuliner yang kini hadir sebagai pesaing baru bagi industri makanan yaitu Sentra Wisata Kuliner (SWK). SWK merupakan motor penggerak perekonomian, terutama bagi masyarakat berpenghasilan rendah (MBR) [5]. Munculnya berbagai makanan yang unik seperti wisata kuliner dan tren kuliner sebagai gaya hidup masyarakat, menjadi bukti bahwa bisnis kuliner ini berkembang dengan pesat. Makanan dan minuman merupakan salah satu potensi bisnis dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi karena makanan dan minuman adalah salah satu kebutuhan utama semua orang dari berbagai kalangan [6]. Kota Surabaya tercatat memiliki 48 sentra wisata kuliner (SWK) yang tersebar di berbagai wilayah. Setelah pandemi mereda, SWK menjadi solusi penggerak roda perekonomian rakyat. Meski masih banyak kendala, upaya tersebut memunculkan harapan besar. SWK Ketintang yang baru diresmikan bertepatan dengan HUT Ke-77 RI Rabu. Lokasinya berdekatan dengan kampus, perkantoran, dan pemukiman penduduk. Salah satu faktor pendukung aktifnya SWK ini adalah pembayaran yang bisa dilakukan secara *cashless* atau nontunai. Bagi mereka, hal tersebut mempermudah dalam mencari uang kembalian dan keamanan yang lebih terjamin sehingga tak perlu repot menyiapkan uang tunai. Pemerintah Kota (Pemkot) Surabaya juga terus membenahi Sentra Wisata Kuliner (SWK) yang ada di beberapa titik di Kota Surabaya. Pembenahan itu mulai dari penerapan *single cashier*, pembenahan bangunan hingga pelatihan para pedagang oleh *chef* handal sehingga dapat menghasilkan makanan dan minuman yang berkualitas [5].



Gambar 1.1 Data keluhan Pelanggan

Berdasarkan **Gambar 1.1** data keluhan pelanggan di SWK Ketintang yang didapatkan dengan menyebarkan *kuesioner* melalui *google form*, keluhan dari segi kualitas pelayanan sebesar 26%, keluhan dari segi kualitas fisik sebesar 36%, keluhan dari segi kualitas makanan sebesar 38%. Berdasarkan hasil survei, keluhan pada kualitas makanan yang paling tertinggi, namun keluhan dari segi kualitas pelayanan dan kualitas fisik juga hampir mendekati keluhan kualitas makanan sehingga ketiga variabel tersebut bisa menjadi masalah dalam penelitian ini. Dari beberapa keluhan diatas dapat memberi ketidakpuasan pelanggan sehingga akan berpengaruh terhadap niat kunjungan kembali pelanggan.

SWK Ketintang adalah perusahaan industri makanan yang baru saja dibuka, maka SWK perlu menarik perhatian para pelanggan agar ingin berkunjung dan menjadi *customer* di SWK Ketintang. *Service Quality* akan mendorong terwujudnya kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penentu loyalitas, bila kepuasan pelanggan terbentuk maka pertumbuhan perusahaan akan terjamin [1]. Kepuasan pelanggan bertindak sebagai tanda bahwa kualitas layanan dan keinginan untuk berkunjung kembali. *Food Quality* menjadi indikator yang paling berpengaruh terhadap keinginan konsumen untuk berkunjung kembali ke sebuah restoran [2]. Kualitas makanan merupakan sesuatu yang diciptakan mempunyai ciri dan karakteristik berupa barang atau jasa yang nantinya akan ditawarkan agar mendapatkan perhatian dalam memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen [7]. Faktor yang penting lainnya dalam industri restoran itu adalah *Physical Quality* (lingkungan). Meskipun makanan dan jasa harus memiliki kualitas yang dapat diterima, lingkungan fisik yang menyenangkan dapat mempengaruhi sebagian besar tingkat kepuasan keseluruhan dan niat kunjungan kembali [4]. Sehingga berdasarkan uraian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah "ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *FOOD QUALITY* DAN *PHYSICAL QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *REVISIT INTENTION* DI SWK KETINTANG".

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* dan *Revisit Intention* di SWK Ketintang ?
2. Apakah *Food Quality* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* dan *Revisit Intention* di SWK Ketintang ?
3. Apakah *Physical Quality* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* dan *Revisit Intention* di SWK Ketintang ?
4. Apakah *Customer Satisfaction* berpengaruh terhadap *Revisit Intention* di SWK Ketintang ?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Revisit Intention* di SWK Ketintang.
2. Menganalisis pengaruh *Food Quality* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Revisit Intention* di SWK Ketintang.
3. Menganalisis pengaruh *Physical Quality* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Revisit Intention* di SWK Ketintang.
4. Menganalisis pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Revisit Intention* di SWK Ketintang.

1.4 Batasan dan Asumsi Masalah

Adapun batasan penelitian kali ini untuk memfokuskan pembahasan masalah agar sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, maka dilakukan pembatasan pada penelitian ini terkait:

1. Penelitian dilakukan pada responden dengan rentang umur 15-45 tahun karena dianggap mampu secara sadar dalam memilih jawaban dari pertanyaan yang diberikan.
2. Responden merupakan pengunjung yang berada di SWK Ketintang dan pengunjung yang pernah mengunjungi SWK Ketintang.
3. Periode pengumpulan sampel dilakukan pada bulan Maret-Mei 2023.

4. Data diasumsikan berdistribusi normal.
5. Penelitian ini tidak sampai implementasi usulan atau saran.

1.5 Manfaat dan Kontribusi

Kontribusi yang diharapkan dari hasil penelitian terkait dengan tujuan penelitian yaitu sebagai masukan untuk pengelola dan pedagang SWK Ketintang dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan bahan referensi bacaan untuk menambah ilmu pengetahuan bagi pembaca serta sebagai acuan penelitian masa mendatang. Sehingga manfaat yang bisa diperoleh yaitu:

1. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman peneliti tentang pengaruh *Service Quality*, *Food Quality* dan *Physical Quality* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Revisit Intention* di SWK Ketintang.

2. Bagi SWK Ketintang

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan terhadap pengelola SWK maupun pedagang di SWK untuk meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas makanan dan kualitas fisik agar pelanggan merasa puas dan ingin datang kembali berkunjung ke SWK Ketintang.

3. Bagi ITTelkom Surabaya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi mahasiswa untuk penelitian berikutnya atau mungkin bisa dikembangkan kembali.