

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Pada tanggal 24 Juli 2022, Rumah Makan Padang Payakumbuh didirikan. Di bawah naungan resmi PT Rasa Muda Makmur (Akang Group), rumah makan ini didirikan. Restoran padang Payakumbuh ini milik salah satu *influencer* yaitu Arief Muhammad. Ketertarikan dan kecintaan Arief Muhammad terhadap makanan Indonesia, khususnya masakan Padang yang asli dan lezat, mendorongnya untuk membuka restoran ini. Restoran Padang Payakumbuh menghadirkan restoran nasi Padang Payakumbuh yang bermitra dengan PT Rasa Muda Makmur (Akang Group). Salah satu ciri khas Payakumbuh adalah penggunaan bahan-bahan berkualitas tinggi langsung dari Padang, memastikan bahwa bahan-bahannya, seperti beras Solok dari Sumatera Barat, berasal dari sumber yang dapat dipercaya di tempat asalnya. (<https://bithourproduction.com/blog/bongkar-strategi-campaign-payakumbuh/>)

Rumah Makan Padang Salah satu restoran terkenal yang menyajikan masakan Padang adalah Payakumbuh. Dengan berbagai menu yang kaya rasa dan cita rasa yang autentik, rumah makan ini menjadi pilihan bagi banyak pelanggan. Restoran harus memahami dan meningkatkan pengalaman pelanggan dan kualitas layanan untuk menghasilkan kepuasan pelanggan yang tinggi dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri kuliner.

1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Rumah Makan Padang Payakumbuh memiliki visi untuk menghadirkan masakan Padang yang otentik dan menggugah selera bagi para pelanggan dan memiliki misi ingin membuka 1000 cabang Rumah

Makan Padang Payakumbuh. (<https://www.harianhaluan.com/lifestyle/pr-107386936/mengulas-perjalanan-rumah-makan-payakumbuh-milik-arief-muhammad-yang-punya-misi-buka-1000-cabang>)

1.1.3 Logo Perusahaan



Gambar 1. 1 Logo Rumah Makan Padang Payakumbuh

sumber: <https://www.harianhaluan.com>

1.2 Latar Belakang Penelitian

Rumah Makan, khususnya Rumah Makan Padang, tidak hanya menjadi tempat untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, tetapi juga menjadi salah satu tempat bersosialisasi dan menikmati pengalaman kuliner. Kemanapun perginya, mungkin akan selalu menemukan restoran Padang atau Rumah Makan Padang. Hebatnya, CNN menobatkan rendang, salah satu lauk pauknya, sebagai makanan terlezat di dunia pada bulan Juli 2011. Menu nasi putih ini dapat dinikmati di mana saja dan kapan saja, bersama dengan berbagai lauk pauk yang dibuat dengan santan. Restoran Padang mudah diakses dan harganya terjangkau, sehingga menjadi makanan pokok sehari-hari bagi orang-orang dari semua kelas sosial. Istilah “masakan Padang”, yang berasal dari provinsi Minangkabau di Sumatera Barat, sering digunakan untuk menggambarkan berbagai masakan yang terinspirasi dari Padang. Selain itu, ada juga daerah-daerah tetangga seperti Padang Pariaman, Solok, Payakumbuh, dan Bukittinggi.

(https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/08/03/sejarah-rumah-makan-padang-yang-melegenda-sejak-dulu-kala#google_vignette, diakses 14 November 2024).

Beberapa Rumah Makan Padang yang sering dikunjungi seperti Pagi Sore, Padang Merdeka, Sari Ratu, Sederhana, Payakumbuh, RM Padang Garuda, dan masih banyak lainnya. Namun ada juga Rumah Makan Padang UMKM yang sering kita temui seperti RM malah dicubo, RM Padang Bu Mus, Cinto Mandeh, dan lainnya. (<https://www.orami.co.id/magazine/restoran-padang>, dan <https://food.detik.com/info-kuliner/d-6885485/5-rm-padang-enak-di-bandung-legendaris-hingga-konsep-prasmanan>, diakses 14 November 2024).

Rumah Makan Padang dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, Payakumbuh, salah satu representasi kuliner daerah, mengalami kesulitan khusus dalam menjaga kebahagiaan konsumen. Berbagai rumah makan lain yang menawarkan menu serupa semakin bermunculan, dan hal ini memicu persaingan harga, kualitas, dan layanan. Oleh karena itu, sangat penting bagi pengelola Rumah Makan Padang Payakumbuh untuk fokus pada peningkatan *customer experience* dan kualitas layanan. Audy Joinaldy, Wakil Gubernur Sumatera Barat, menantang Arief Muhammad untuk mendirikan sebuah restoran tradisional Minangkabau. Arief Muhammad dinobatkan sebagai Duta Nasi Padang. Dapat diketahui bahwa masakan padang itu sudah dikenal di seluruh dunia, oleh karena itu sebagai orang Minangkabau wajib mempertahankan agar tetap di hati pembeli dan penikmat masakan padang. Makanan di Rumah Makan Padang Payakumbuh adalah makanan khas Minang yang salah satunya menggunakan beras yang cukup populer di Sumatera Barat, beras Solok. (<https://www.payakumbuh.co.id>, diakses 14 November 2024)

Rumah Makan Padang Payakumbuh tengah viral pada awal *launching* pertamanya di Serpong, Tangerang Selatan pada tahun 2022 lalu. Rumah Makan Padang Payakumbuh beberapa kali diresmikan oleh beberapa pejabat seperti Presiden RI ke-7 Joko Widodo, Menteri Pertahanan periode 2019-2024 Prabowo

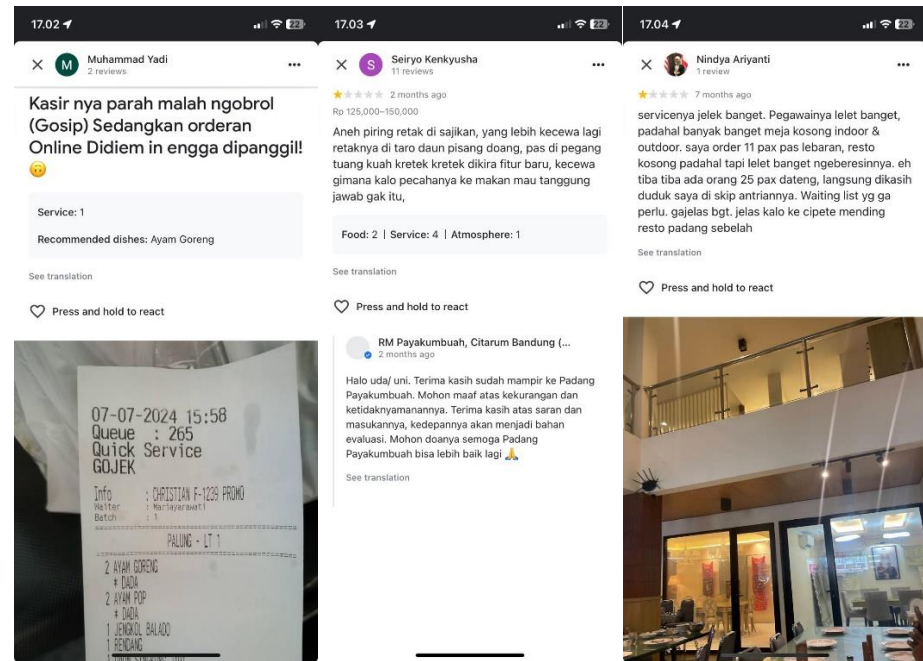
Subianto, Gubernur Jawa Barat 2018-2023 Ridwan Kamil, Panglima TNI 2021-2022 Jenderal Andhika Perkasa, dan lainnya. Hingga Oktober 2024, sudah ada 15 lokasi Rumah Makan Padang Payakumbuah yang tersebar di beberapa kota, antara lain Jakarta, Tangerang, Bogor, Bandung, Malang, dan lain-lain. Kota-kota lain masih dalam tahap pembangunan Rumah Makan Padang Payakumbuah.

(<https://timesindonesia.co.id/kuliner/514078/padang-payakumbuah-rekomendasi-rumah-makan-padang-di>,
<https://www.tvonenews.com/berita/175192-seleb-arief-muhammad-bangga-restoran-padang-payakumbuah-milikinya-menjadi-bisnis-fb-pertama-yang-diresmikan-presiden-jokowi>, diakses 14 November 2024).

Rumah Makan Padang Payakumbuah memiliki pesaing seperti Sederhana, Pagi Sore, dan Padang Merdeka. Walaupun umur Padang Payakumbuah baru 2 tahun, namun Padang Payakumbuah bisa menarik minat konsumen yang baik terlebih promosi yang dilakukan oleh *owner* yaitu Arief Muhammad sangat diikuti perkembangannya oleh para penggemar di seluruh Indonesia, sehingga pada Oktober 2024 sudah memiliki 15 total cabang Padang Payakumbuah.

Sentimen positif yang dimiliki pelanggan tentang barang atau jasa yang mereka beli atau memanfaatkan dari bisnis atau organisasi disebut sebagai kepuasan konsumen. Hal ini mencakup seberapa baik kinerja produk atau layanan perusahaan atau organisasi dibandingkan dengan harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat dicapai jika pelanggan percaya bahwa barang atau jasa tersebut memenuhi atau bahkan melebihi harapan mereka (Wardhana 2024).

Dalam kepuasan pelanggan di Rumah Makan Padang Payakumbuh banyak ditemukan kasus terkait pelayanan yang kurang baik. Mulai dari pelayanannya yang lama, ketidaktepatan dalam melayani konsumen, tidak fokus dalam melayani, parkir yang terbatas sehingga harus *valet*, dan lainnya. Berikut ini data yang menunjukkan hal tersebut.



Gambar 1. 2 Ketidakpuasan Pelanggan Rumah Makan Padang Payakumbuh

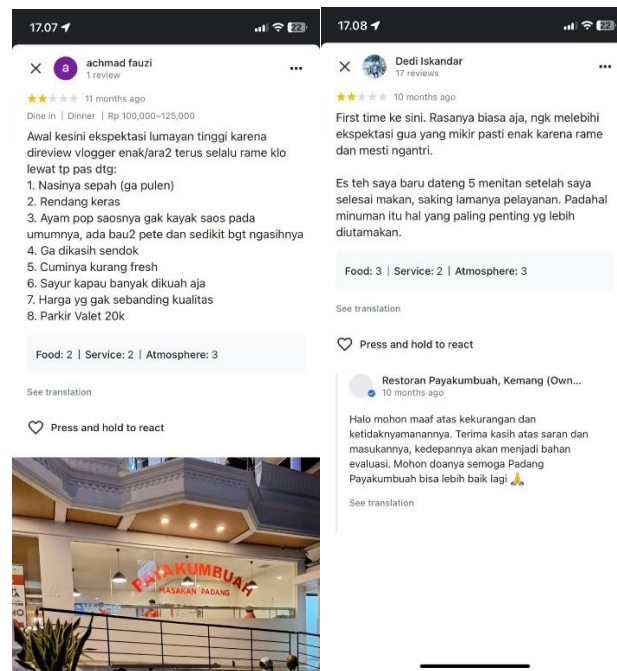
sumber: media sosial, 2024

Customer satisfaction adalah sejauh mana perusahaan dapat memenuhi ekspektasi pelanggan setelah mereka membeli produk atau jasa, berdasarkan performa dari produk atau layanan yang diberikan (Hasniati et al., 2021). Perkasa & Emanuel (2020) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan faktor yang mendorong mereka untuk melakukan pembelian kembali, yang dipengaruhi oleh tingkat kepuasan yang mereka rasakan terhadap produk atau jasa tersebut. Anindya & Mindhayani (2021) juga menyatakan bahwa *customer satisfaction* mengacu pada kepuasan individu terhadap produk atau jasa yang ditawarkan, yang selanjutnya mempengaruhi perilaku mereka untuk membeli lagi, terus membeli, dan menghindari produk dari merek lain.

Salah satu hal yang mempengaruhi *customer satisfaction* adalah *customer experience* sebagaimana dijelaskan oleh Mahmudah (2024), Maharani, Hidayat & Wijayanto (2023), Safitri et al (2022), Puspokusumo et al (2021), Usma (2021), Udayana, Cahya, Kristiani (2022), Dewi, Nugroho (2020), Hasfar, Militina, Achmad (2020), dan Tjahjaningsih et al (2020).

Menurut Antara et al (2020), *customer experience* merupakan suatu hal yang terjadi berdasarkan tanggapan rangsangan, sedangkan *experience* adalah hasil dari observasi langsung dan atau partisipasi dari kegiatan-kegiatan baik yang merupakan kenyataan, angan-angan, maupun virtual. *Customer experience* merupakan persepsi pelanggan tentang interaksi rasional, fisik, emosional, alam bawah sadar, dan interaksi psikologis dengan bagian dari sebuah organisasi. Persepsi ini mempengaruhi perilaku pelanggan dan membangun kenangan yang mendorong loyalitas pelanggan dan dengan demikian mempengaruhi nilai ekonomi yang dihasilkan organisasi. Menurut Lemke (Latif & Hasbi, 2021), terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *customer experience* yaitu *accessibility, competence, customer recognition, helpfulness, personalization, problem solving, promise fulfillment*, dan *value for time*.

Masalah yang ditemukan pada pengalaman pelanggan (*customer experience*) adanya ketidak sesuaian harapan dengan kualitas layanan yang diberikan oleh Rumah Makan Padang Payakumbuh dan juga apa yang disampaikan oleh beberapa *food vlogger* merasa tidak sesuai dengan ekspektasi, baik dari segi rasa makanan, pelayanan, atau suasana tempat. Berikut ini data yang menunjukkan hal tersebut.



Gambar 1. 3 Customer Experience Rumah Makan Padang Payakumbuh Yang Negatif

sumber: media sosial, 2024

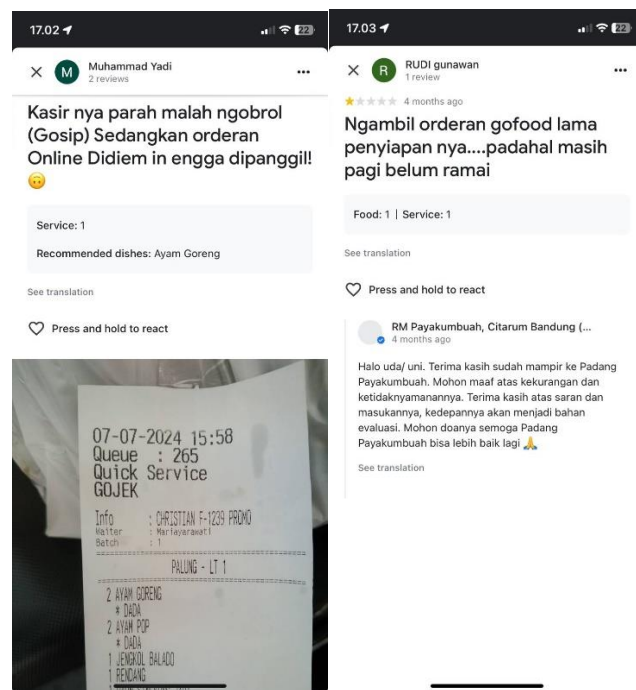
Hal lainnya yang juga mempengaruhi *customer satisfaction* adalah kualitas layanan (*service quality*) sebagaimana dijelaskan oleh Gama & Utami (2024), Mahmudah (2024), Rusvi (2024), Oktaviani (2023), Safitri et al (2022), Udayana, Cahya, Kristiani (2022), Ali et al (2021), Tjahjaningsih et al (2020), Puspokusumo et al (2021), Usma (2021), dan Hutasoit, Fauzi, Gultom (2019)

Menurut Wardhana, A., Syahputra, Kartawinata, Budi Rustandi. (2017), Aydin & Ozer (2005) dalam Asri & Dwiayanto (2020), kualitas layanan merupakan ukuran seberapa baik layanan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kualitas layanan merujuk pada persepsi keseluruhan pelanggan terhadap layanan yang ditawarkan dan diberikan oleh organisasi (Hussain et al., 2015; Wang, 2010) dalam (Asri & Dwiayanto, 2020).

Menurut Kasmir dalam (Putri et al., 2021), tujuan utama dari bisnis adalah untuk memenuhi kepuasan pelanggan dengan memberikan layanan berkualitas. Berdasarkan penelusuran konsep kualitas pelayanan, dapat disimpulkan bahwa

kualitas pelayanan meliputi segala aktivitas atau tindakan yang tidak bersifat fisik, namun dapat memenuhi keinginan pelanggan. Konsep ini didefinisikan oleh berbagai ahli sebagai dimensi yang mencakup berbagai aspek dalam interaksi antara penyedia layanan dan konsumen.

Kualitas layanan yang ditemukan di Rumah Makan Padang Payakumbuh sering dipengaruhi oleh kemampuan dan sikap staf. Jika staf tidak terlatih dengan baik dalam hal komunikasi, kecepatan pelayanan, atau etika kerja, hal ini dapat menurunkan pengalaman yang diterima pelanggan. Pengalaman pelanggan bisa terganggu, yang berpotensi menurunkan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan.



Gambar 1. 4 Kualitas Layanan Rumah Makan Padang Payakumbuh Yang Negatif

sumber: media sosial, 2024

Kualitas harus dimulai dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, kemudian dilanjutkan dengan persepsi yang terbentuk oleh konsumen itu sendiri (Kotler, 2003) dalam (Asri & Dwiayanto, 2020).

Berdasarkan uraian di atas, peneliti mengambil judul penelitian yaitu
“Pengaruh *Customer Experience* dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Padang Payakumbuh”

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana gambaran deskriptif *customer experience* di Rumah Makan Padang Payakumbuh?
2. Bagaimana gambaran deskriptif kualitas layanan di Rumah Makan Padang Payakumbuh?
3. Bagaimana gambaran deskriptif kepuasan pelanggan di Rumah Makan Padang Payakumbuh?
4. Bagaimana pengaruh *customer experience* terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Padang Payakumbuh?
5. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Padang Payakumbuh?
6. Bagaimana *customer experience* dan kualitas layanan berpengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Padang Payakumbuh?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis gambaran deskriptif *customer experience* di Rumah Makan Padang Payakumbuh.
2. Untuk menganalisis gambaran deskriptif kualitas layanan di Rumah Makan Padang Payakumbuh.
3. Untuk menganalisis gambaran deskriptif kepuasan pelanggan di Rumah Makan Padang Payakumbuh.

4. Untuk menganalisis pengaruh *customer experience* terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Padang Payakumbuh.
5. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Padang Payakumbuh.
6. Untuk menganalisis pengaruh simultan antara *customer experience* dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Padang Payakumbuh.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Pada riset penelitian ini diharapkan mampu menambah khazanah pengetahuan dalam bidang manajemen pelayanan dan pengalaman pelanggan, khususnya dalam konteks kuliner Indonesia dan mampu menjadi ilmu pengetahuan baru bagi banyak pihak lain dan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya. Penelitian ini berupaya untuk mengeksplorasi pengaruh *customer experience* dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Padang Payakumbuh.

2. Manfaat Praktis

Memberikan rekomendasi bagi pengelola Rumah Makan Padang Payakumbuh untuk meningkatkan *customer experience* dan kualitas layanan, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan memahami bagaimana pengaruh *customer experience* dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, pengelola rumah makan dapat menciptakan pengalaman yang lebih baik dan dapat merancang strategi yang lebih efektif mengambil langkah-langkah yang tepat untuk memperbaiki dan meningkatkan pengalaman pelanggan dan kualitas layanan mereka, yang pada akhirnya tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha di masa depan.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori dari umum sampai ke khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

3. BAB III METODELOGI PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel (untuk kuantitatif), Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisa Data.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan hendaknya dimulai dari hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan dan selanjutnya diikuti oleh penarikan kesimpulan. Dalam pembahasan sebaiknya dibandingkan dengan penelitian- penelitian sebelumnya atau landasan teoritis yang relevan.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.