

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Persaingan dalam bidang usaha kuliner semakin ketat. Setiap restoran dituntut agar mampu mengoptimalkan kinerja restorannya untuk dapat bersaing dalam bidang usaha kuliner. Restoran seharusnya sanggup memenuhi keperluan dan harapan pelanggannya. Sebab itu, untuk memperkuat dan menciptakan kepuasan pada pelanggannya seharusnya restoran merancang strategi pemasaran.

Bisnis dalam bidang usaha kuliner yang menghasilkan produk dengan macam yang sejenis akan tetapi rasa makanan, kualitas pelayanan, dan harganya beraneka ragam, membuat persaingan dalam bidang usaha kuliner semakin ketat. Untuk mampu bersaing dan unggul dibanding pesaingnya para pengusaha kuliner seharusnya menciptakan strategi yang berhasil menarik para pelanggan untuk mengonsumsi produk dan menggunakan jasa yang ditawarkan agar pelanggan merasa puas terhadap produk dan jasa yang telah mereka beli. Para pengusaha kuliner perlu melakukan perubahan atau inovasi dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan.

Khususnya dalam menjalankan kegiatan usaha bidang kuliner, setiap restoran senantiasa memperhatikan kepuasan para pelanggannya. Saat ini banyak pengusaha kuliner yang semakin memahami arti penting dari kepuasan pelanggan dan menyusun strategi untuk memberikan kepuasan bagi pelanggannya. Restoran melakukan persaingan yang sangat ketat demi memberikan kepuasan terhadap para pelanggan. Menurut (P. Kotler, 2010) kepuasan adalah perasaan gembira atau kecewa seseorang terhadap suatu produk atau jasa setelah apa yang diberikan sama dengan harapan atau lebih dari yang diharapkan.

Khususnya usaha dalam bidang kuliner kepuasan pelanggan akan memberikan manfaat pada restoran. Dengan mempertahankan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan maka mereka cenderung untuk membeli ulang produk dan jasa yang telah mereka konsumsi atau gunakan. Kepuasan pelanggan akan mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif.

Pelanggan yang merasa puas akan merekomendasikan pada calon pelanggan lain dan menyampaikan informasi mengenai hal-hal yang baik tentang restoran kepada calon pelanggan (Daryanto, 2014). Didalam mencapai keberhasilan bisnis suatu restoran kepuasan pelanggan merupakan indikator yang sangat penting untuk mengukur

bagaimana baiknya tanggapan pelanggan terhadap masa depan bisnis restoran (Assauri, 2012). Restoran dapat mempertahankan keberadaannya dengan memperhatikan kepuasan pelanggan (P. Kotler, 2012).

Dalam bidang usaha kuliner, kepuasan pelanggan menjadi faktor penentu keberhasilan suatu restoran. Mempunyai sifat yang dinamis, kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang unik terhadap suatu barang atau jasa dari waktu ke waktu dengan tingkat kepuasan seseorang yang selalu berubah-ubah. Kebutuhan, keinginan dan harapan tidak lagi sama dengan hari-hari sebelumnya, demikian juga dengan tingkat kepuasan pelanggan selalu berbeda-beda, tergantung dari kondisi eksternal dan internal yang melekat pada pelanggan itu sendiri. (Daryanto, 2014) menyatakan bahwa *service quality*, *food quality*, dan *price* menjadi faktor penting yang dapat mendorong terjadinya kepuasan pelanggan. Khususnya dalam bidang kuliner diharapkan kepada pemilik usaha betul-betul memperhatikan faktor pendorong tersebut. Dalam suatu restoran faktor *service quality*, *food quality*, dan *price* menciptakan kepuasan bagi pelanggan setelah mengonsumsi produk atau jasa suatu restoran. Di dalam bisnis kuliner *food quality* menjadi faktor penentu restoran, untuk menciptakan kepuasan pelanggan setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Kualitas dalam hal rasa, porsi, citra rasa yang khas adalah kemampuan *food quality* untuk melaksanakan berbagai fungsi. *Food quality* mendeskripsikan sejauh mana kemampuan produk tersebut dalam memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggan (Kotler dan Armstrong, 2010).

Diperlukan suatu standarisasi kualitas untuk mencapai *food quality* yang diinginkan. Dalam menjaga kepercayaan pelanggan terhadap suatu produk, produk tersebut harus memenuhi standar yang telah ditetapkan. Khususnya melakukan pembelian kembali atau tidak ataupun pengalaman pelanggan dalam membeli produk yang baik atau buruk akan mempengaruhi pelanggan untuk melakukan pembelian ulang. Sebab itu, pengusaha kuliner harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Restoran harus cepat tanggap yaitu dengan upaya pengembangan produk agar kebutuhan dan harapan pelanggan tersebut terpenuhi (Assauri, 2012).

*Service quality* menjadi suatu hal yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing bagi restoran, khususnya yang bergerak dalam bidang usaha kuliner. Menurut (Lovelock, Wirtz, 2010) Dalam memenuhi atau melampaui harapan pelanggan *service quality* merupakan suatu cara yang sangat konsisten. Untuk mendapatkan pelayanan yang memuaskan adalah harapan bagi semua pelanggan. Daya tarik pelanggan adalah

mendapatkan pelayanan yang berkualitas. Untuk meningkatkan penjualan, pelayanan yang berkualitas akan berdampak pada terjadinya pembelian berulang-ulang.

Selain *service quality*, kebijakan penetapan harga harus diperhatikan oleh setiap restoran untuk bersaing dalam dunia bisnis, terutama usaha dalam bidang kuliner. Menurut (Kotler & Ketler, 2010) *price* adalah keuntungan sejumlah nilai yang dibebankan atas suatu produk atau jasa yang diberikan restoran kepada pelanggan untuk memiliki atau menggunakan produk atau jasa.

Murah atau mahalnya harga suatu produk atau jasa sangat relatif sifatnya tergantung pada kebijakan restoran dalam mempertimbangkan berbagai hal. Agar harga yang ditentukan tersebut tidak terlalu rendah atau terlalu tinggi, perusahaan harus selalu memantau harga yang ditetapkan oleh pesaing. Bagi pelanggan, suatu produk atau jasa sering dikaitkan dengan harga sebagai suatu manfaat yang diperoleh. Sebagai indikator kualitas produk dan kualitas pelayanan harga tidak hanya pada ukuran pengorbanan bagi para pembeli (Assauri, 2012). Untuk memberikan *price* yang sesuai dengan *food quality* dan *service quality* yang ditawarkan, restoran dituntut untuk memberikan produk dan pelayanan yang berkualitas sebagai nilai lebih.

Fenomena berkembangnya usaha kuliner juga terjadi di Surabaya. Sebagai kota multicultural membuat Surabaya memiliki perkembangan tersendiri khususnya dalam usaha kuliner dengan sasaran para milenialnya. Terdapat berbagai macam usaha kuliner yang ada di Kota Pahlawan ini mulai dari cafe, angkringan ataupun restaurant. Salah satu usaha kuliner yang menjadi trend di kalangan para pemuda Surabaya saat ini adalah Korean food. Berbagai macam merk restaurant atau cafe Korean food mulai menjamur di kota ini. Hal ini menjadikan daya tarik peneliti untuk melakukan penelitian tentang bisnis usaha kuliner yang difokuskan pada salah satu jenis kuliner yaitu restoran. Salah satu jenis kuliner yang ada di Surabaya yaitu Kimchi-Go Express cabang Royal Plaza, merupakan salah satu cabang restoran yang sudah berdiri sejak tahun 2017 di Mall Royal Plaza Surabaya. Kimchi-Go Express cabang Royal Plaza berada di lokasi yang strategis yaitu di salah satu mall terbesar dan teramai yang ada di Surabaya. Kimchi-Go Express cabang Royal Plaza menyediakan berbagai makanan authentic khas negara Korea. Hidangan berupa olahan daging, ayam, snack yang di proses dengan resep asli Korea dari pemiliknya.

Berdasarkan pengamatan awal peneliti diperoleh informasi, bahwa masih ada beberapa pelanggan yang berpendapat bahwa rasa makanan yang disajikan terkadang masih berubah-ubah untuk jenis yang sama. Masih ada beberapa pelanggan yang

berpendapat bahwa pelayanannya kurang ramah, ada juga pelanggan yang menunggu pesanannya terlalu lama, hal ini membuat pelanggan cuma membuang waktu selama menanti pesanan, kurang komunikasi antara pegawai terhadap pelanggan sehingga terjadinya kesalahan dalam pemesanan. ada juga pelanggan yang berpendapat bahwa persepsi harga yang ditetapkan. belum sesuai dengan manfaat sesuai dari apa yang telah dibayarkan. Kimchi-Go Express cabang Royal Plaza berusaha memperbaiki, mempertahankan *service quality*, *food quality*, dan tetap menerapkan *price* yang terjangkau. Berdasarkan uraian tersebut masih terdapat pelanggan yang merasa dari segi *food quality* dan *service quality* pada *price* yang ditawarkan masih belum sesuai dengan manfaat yang diperoleh. Mendasar pada uraian tentang pentingnya *service quality*, *food quality*, dan *price*, terhadap kepuasan pelanggan maka penelitian ini mengajukan judul “Pengaruh *Service Quality*, *Food Quality* dan *Price* Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Kimchi-Go Express Cabang Royal Plaza)”

## 1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah *Food Quality* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Kimchi-Go Express Cabang Royal Plaza ?
2. Apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Kimchi-Go Express Cabang Royal Plaza ?
3. Apakah *Price* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Kimchi-Go Express Cabang Royal Plaza ?
4. Apakah *Food Quality*, *Service Quality*, dan *Price* berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Kimchi-Go Express Cabang Royal Plaza?

## 1.3 Tujuan

Dari latar belakang dan pemusan masalah dapat dikemukakan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *service quality*, *food quality*, dan *price* baik secara simultan maupun secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

## 1.4 Manfaat

Adapun kegunaan dan manfaat yang diharapkan dan diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **1.4.1 Manfaat bagi penulis**

Penelitian ini dilakukan untuk memperdalam dan menerapkan teori yang diperoleh selama studi mengenai perilaku konsumen, khususnya yang berkaitan dengan *service quality*, *food quality*, dan *price* terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga menambah wawasan, wawasan dan pengetahuan penelitian untuk saat ini dan masa yang akan datang.

#### **1.4.2 Manfaat Teoritis**

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan untuk pengembangan teori dan wawasan di bidang perilaku konsumen terutama tentang *service quality*, *food quality*, dan *price* terhadap kepuasan pelanggan.

#### **1.4.3 Manfaat bagi akademis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi sebuah bahan referensi bagi peneliti di masa yang akan datang yang mengambil topik yang sama dengan penelitian ini.

#### **1.5 Batasan Masalah**

Agar lebih memfokuskan pembahasan dan kejelasan data yang dibahas dan dikumpulkan, maka penulis menggunakan batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dibatasi hanya pada pelanggan Kimchi-Go Express cabang Royal Plaza.
2. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk dari Kimchi-Go Express cabang Royal Plaza.