

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini, anak-anak muda sering menghabiskan waktunya untuk sekedar bertemu teman, mengerjakan tugas, dan berkumpul bersama keluarga di restoran atau kafe tertentu. Hal ini membuat para pebisnis tertarik untuk mendirikan restoran maupun kafe, sehingga bisnis kuliner berkembang sangat pesat. Pesatnya pertumbuhan *restaurant* atau *cafe* mengakibatkan persaingan bisnis di bidang usaha ini menjadi sangat ketat. Untuk mempertahankan pangsa pasar dari para pesaingnya, maka para pebisnis di bidang usaha restoran dan kafe berusaha dan berlomba untuk menciptakan produk yang unik dan sesuai keinginan konsumen.

Bisnis kuliner di kota Surabaya, Jawa Timur tahun 2018 mengalami peningkatan setiap tahunnya, hal ini bisa dilihat dari meningkatnya jumlah restoran atau kafe baru di Kota Pahlawan. Kenaikannya mencapai 30 persen apabila dibandingkan dengan periode tahun 2017. Permintaan masyarakat terhadap kuliner selalu ada, hal ini disebabkan setiap orang membutuhkan makanan, faktor itulah yang mendorong munculnya pebisnis kuliner (Bisnis Kuliner di Surabaya Tumbuh Pesat, 2018).

Menurut data Dinas Pariwisata Surabaya, restoran, rumah makan, dan kafe bertambah lebih dari 150 setiap tahunnya. Pada Tabel 1.1 menunjukkan jumlah kafe, restoran, dan rumah makan tiap tahunnya. Data tersebut menunjukkan pertumbuhan hingga akhir Oktober 2017. Dilihat dari presentase rata-rata pertumbuhan dari tahun 2014 hingga Oktober 2017, jumlah kafe bertumbuh sebesar 50,45%, pada restoran sebesar 60,16%, dan pada rumah makan sebesar 50,03%. Selain itu kenaikan jumlah tersebut tidak terlepas dari minat konsumen yang semakin meningkat. Inovasi dan kreativitas yang diberikan oleh perusahaan juga menarik minat konsumen (Prastyo, 2018).

Dalam menjaga dan mempertahankan hubungan yang baik dengan pelanggannya, perusahaan harus bisa membuat strategi yang dapat memuaskan pelanggan dan memenangkan persaingan. Strategi tersebut dapat berupa peningkatan kualitas layanan yang dapat memuaskan pelanggan dan peningkatan nilai yang dirasakan oleh pelanggan terhadap manfaat produk tersebut.

Tabel 1.1
Jumlah Kafe, Restoran, dan Rumah Makan

Tahun	Kafe	Pertumbuhan (%)	Restoran	Pertumbuhan (%)	Rumah Makan	Pertumbuhan (%)
2013	19	-	191	-	21	-
2014	41	115,79	475	148,69	43	104,76
2015	60	46,34	704	48,21	77	79,07
2016	75	25	889	26,28	85	10,39
2017	86	14,67	1.044	17,44	90	5,88
Rata-Rata		50,45		60,16		50,03

Sumber: Prastyo (2018), diolah.

Service Quality (kualitas layanan) merupakan pelayanan diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan untuk membentuk kepuasan pelanggan tersebut. Jika pelanggan merasakan kualitas layanan yang diterima dari suatu perusahaan tinggi, maka pelanggan akan lebih memilih perusahaan tersebut daripada perusahaan lainnya, hal ini akan memperkuat ikatan hubungan pelanggan dengan perusahaan (Yulianto, Sunaryo, dan Aisjah, 2017). Kepuasan layanan adalah pengalaman dan reaksi pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh penyedia (Saporna dan Claveria, 2018). Agar dapat memenangkan persaingan, maka suatu perusahaan harus memberikan layanan berkualitas yang melebihi harapan pelanggan, karena hal ini menentukan keberhasilan atau kegagalan perusahaan. Layanan superior mengarah ke pelanggan yang puas dan loyal sangat penting untuk kesuksesan sebuah restoran (Saporna dan Claveria, 2018).

Perceived Value (nilai yang dirasakan) merupakan evaluasi secara menyeluruh terhadap manfaat produk yang diterima pelanggan, dibandingkan dengan yang telah diberikan oleh pelanggan (Lai, 2004). Bila nilai yang dirasakan

oleh pelanggan terhadap suatu produk sangat baik, maka akan menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Cronin and Taylor (1992, dalam Anwar dan Gulzar, 2011) menyatakan: “*Perceived value proceeds customer satisfaction*”.

Customer Satisfaction (kepuasan pelanggan) merupakan kepuasan pelanggan yang tercipta dalam respon emosional, dimana tingkat kepuasan atau kekecewaan yang dirasakan oleh pelanggan timbul sesudah membandingkan hasil atau kinerja dari suatu produk yang diberikan dengan ekspektasi pelanggan tersebut. Kepuasan tergantung pada kinerja produk atau layanan terhadap ekspektasi pelanggan (Kotler dan Armstrong, 2006:16). Untuk memuaskan pelanggan, perusahaan harus bisa memberikan hasil yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan tersebut. Saporna dan Calveria, (2018), menyatakan bahwa pelanggan yang puas akan melakukan pembelian berulang dan akan setia pada merek.

Customer Behavior Intention (minat perilaku pelanggan) merupakan salah satu kemungkinan bahwa seorang pelanggan berperilaku khusus terhadap suatu produk perusahaan. Agar dapat menimbulkan minat perilaku yang positif, maka perusahaan harus bisa memberikan kepuasan kepada pelanggan. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Othman, Zahri, dan Radzi (2013), yang menyatakan tindakan atau perilaku pelanggan yang akan kembali menggunakan atau membeli produk, merupakan hasil dari kepuasan pelanggan. Menurut Sitinjak, Pangaribuan, dan Tafriza (2019), untuk menciptakan minat perilaku positif, perusahaan harus bisa memberikan kenyamanan dan pengalaman menyenangkan yang melebihi harapan pelanggan.

Objek penelitian ini adalah Carnivor *Steak and Grill* yaitu sebuah restoran bertema *western* yang berdiri pada tahun 2016, terletak di Jl. Bali No. 27, Surabaya. *Restaurant* tersebut mulai buka pukul 11.00 hingga pukul 23.00 WIB. Objek penelitian ini dipilih, karena Carnivor *Steak and Grill* merupakan salah satu restoran yang kekinian di Surabaya dan banyak sekali kaum muda yang menyukai restoran tersebut, karena memiliki tempat (*spot*) untuk berfoto. Restoran ini merupakan restoran yang cukup luas, yang memiliki area *indoor* dan *outdoor*, dapat menampung sebanyak 150 sampai 170 orang di dalamnya, memiliki

ruangan VIP yang cukup luas untuk menampung 15 orang di area utama. Carnivor *Steak and Grill* merupakan restoran yang cocok untuk acara keluarga, berkumpul bersama teman, bahkan acara ulang tahun. Selain itu juga, Carnivor *Steak and Grill* juga menyediakan berbagai macam menu makanan mulai dari *steak* hingga pasta (Angelia, 2016).

Carnivor *Steak and Grill* ini juga memberikan jasa pelayanan yang memprioritaskan kebutuhan pelanggan. Ketika pelanggan membutuhkan sesuatu, karyawan akan langsung memberikan respon dan mampu menjawab pertanyaan pelanggan. Kenyamanan juga mendapatkan perhatian, hal ini dapat dilihat dari karyawan yang memiliki sikap yang sopan, ramah dan baik, serta lingkungan yang bersih. Carnivor *Steak and Grill* memiliki *empathy* yang besar, hal ini bisa dilihat dari karyawan yang selalu memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan, dimana ketika hendak masuk ke restoran karyawan selalu menyambut dengan baik, dan langsung melayani pelanggan, hal tersebut akan membuat pelanggan menjadi merasa istimewa. Selain itu rasa makanan yang disajikan sebanding dengan harga yang harus dibayar oleh pelanggan.

Untuk mengetahui apakah layanan yang diberikan dan nilai yang dirasakan oleh pelanggan Carnivor *Steak and Grill* dapat memuaskan dan menimbulkan minat perilaku positif pelanggan, maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Pengaruh *Service Quality* dan *Perceived Value* terhadap *Customer Behavioral Intentions* melalui *customer satisfaction* pada Carnivor *Steak and Grill* di Surabaya”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada Carnivor *Steak and Grill* di Surabaya?
2. Apakah *perceived value* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada Carnivor *Steak and Grill* di Surabaya?

3. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *customer behavioral intentions* pada *Carnivor Steak and Grill* di Surabaya?
4. Apakah *perceived value* berpengaruh terhadap *customer behavioral intentions* pada *Carnivor Steak and Grill* di Surabaya?
5. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *customer behavioral intentions* pada *Carnivor Steak and Grill* di Surabaya?
6. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *customer behavioral intentions* melalui *customer satisfaction* pada *Carnivor Steak and Grill* di Surabaya?
7. Apakah *perceived value* berpengaruh terhadap *customer behavioral intentions* melalui *customer satisfaction* pada *Carnivor Steak and Grill* di Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* pada *Carnivor Steak and Grill* di Surabaya
2. Pengaruh *perceived value* terhadap *customer satisfaction* pada *Carnivor Steak and Grill* di Surabaya
3. Pengaruh *service quality* terhadap *customer behavioral intentions* pada *Carnivor Steak and Grill* di Surabaya
4. Pengaruh *perceived value* terhadap *customer behavioral intentions* pada *Carnivor Steak and Grill* di Surabaya
5. Pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer behavioral intentions* pada *Carnivor Steak and Grill* di Surabaya
6. Pengaruh *service quality* terhadap *customer behavioral intentions* melalui *customer satisfaction* pada *Carnivor Steak and Grill* di Surabaya
7. Pengaruh *perceived value* terhadap *customer behavioral intentions* melalui *customer satisfaction* pada *Carnivor Steak and Grill* di Surabaya

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini, diharapkan akan mempunyai manfaat akademis dan manfaat praktis yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Manfaat akademis

Penelitian ini diharapkan menjadi rujukan tambahan bagi para peneliti selanjutnya. Di sisi lain, laporan ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang *service quality*, *perceived value*, *customer satisfaction* dan *customer behavioral intentions*.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi para pelaku bisnis dalam meningkatkan *customer satisfaction* dan *customer behavioral intentions*, terutama yang berkaitan dengan *service quality* dan *perceived value*.

1.5. Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri atas lima bab yang disusun berdasarkan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas teori-teori yang terkait dengan permasalahan yang diteliti, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan rerangka penelitian.

BAB 3: METODE PENELITIAN

Dalam bab ini penulis mengemukakan tentang desain penelitian yang dilakukan, identifikasi, definisi operasional, dan pengukuran variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, dan teknik penyampelan, serta analisis data.

BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Memaparkan mengenai gambaran objek penelitian, karakteristik responden penelitian, deskripsi data, uji validitas dan reliabilitas, analisis data pengujian hipotesis penelitian dan pembahasan.

BAB 5: SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Pada bagian ini akan dijelaskan kesimpulan secara menyeluruh berdasarkan analisa dari bab-bab sebelumnya, dan saran bagi objek penelitian berdasarkan temuan.