

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Provinsi Jawa Barat adalah bagian dari provinsi di Indonesia sebagai daerah wisata terpopuler yang memiliki pertumbuhan ekonomi yang berkembang pesat dan dikenal dengan wisata alam dan wisata kulinernya yang beragam dan menarik. Jawa Barat juga memiliki beberapa kota-kota besar yang mempunyai daya tarik tersendiri bagi wisatawan seperti Kota Bandung yang dikenal sebagai wisata kuliner dan wisata alamnya yang mempesona (Prabandari, 2021). Tidak hanya Bandung yang memiliki wisata alam yang indah, Kota Bogor juga memiliki wisata alam dan kuliner yang tidak kalah jauh indahnya. Kota Bogor yang merupakan bagian dari Komuter Jabodetabek menjadi salah satu kota yang kerap menjadi tujuan wisatawan untuk berlibur (Dimiyati, 2020).

Tabel 1. 1 Jumlah Wisatawan Bogor

Tahun	Jumlah Wisatawan	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Mancanegara
2016	5.262.233	5.017.587	244.646
2017	6.100.000	-	-
2018	7.965.987	7.573.402	392.585
2019	9.160.885	8.709.412	451.473

Sumber: Kepala Dinas Kebudayaan, Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

Jumlah kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara ke Kota Bogor menunjukkan kecenderungan meningkat. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa pada setiap tahunnya Kota Bogor mengalami peningkatan pengunjung baik dari dalam Nusantara maupun dari Mancanegara. Dilansir dalam tempo.co (2020), pada tahun 2020

terjadi pandemi Covid-19 sehingga membuat sektor pariwisata menurun di bulan Maret – April, akan tetapi mulai awal Agustus 2020 Pemerintah Kota Bogor menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar PraAdaptasi Kebiasaan Baru (PSBB Pra-AKB) sehingga membuat kelonggaran pada sektor usaha terutama bidang pariwisata. Dan membuat wisatawan kembali tertarik mengunjungi Kota Bogor.

Saat akhir pekan atau liburan panjang Kota Bogor selalu dipadati oleh wisatawan baik dari Bogor maupun luar kota (Maryam, 2020). Berdasarkan Antaranews.com (2019) Kepala dinas pariwisata dan kebudayaan menyatakan jika wisata kuliner di Kota Bogor memiliki makanan khas yang diminati oleh wisatawan Nusantara seperti Toge goreng, Cungkring, Doclang, Asinan Bogor, Soto Kuning, Laksa Bogor, Roti Unyil Venus dan Lapis Talas Bogor. Tidak hanya kuliner khas yang diminati oleh wisatawan Nusantara dan wisatawan Mancanegara tetapi kuliner kekinian mulai meramaikan pilihan kuliner di Kota Bogor seperti Bolu Gulung Cimory, Pia Apple Pie, Rumah Cup Cake, Kedai Kita, Macaroni Panggang dan lain-lain (Abdurachman, 2019).

Wisata kuliner sangat berkembang sangat cepat karena banyaknya wisatawan yang datang ke Kota Bogor. Untuk sektor pariwisata sendiri telah memberikan 28 persen dari pendapatan asli daerah (PAD) di tahun 2017 sebesar Rp. 712 miliar yang didapatkan dari pajak hotel, restoran dan rumah makan. Dari kenaikan wisatawan ke kota Bogor, sektor wisata Kuliner menjadi salah satu faktor yang membuat wisatawan datang ke Bogor. Hal

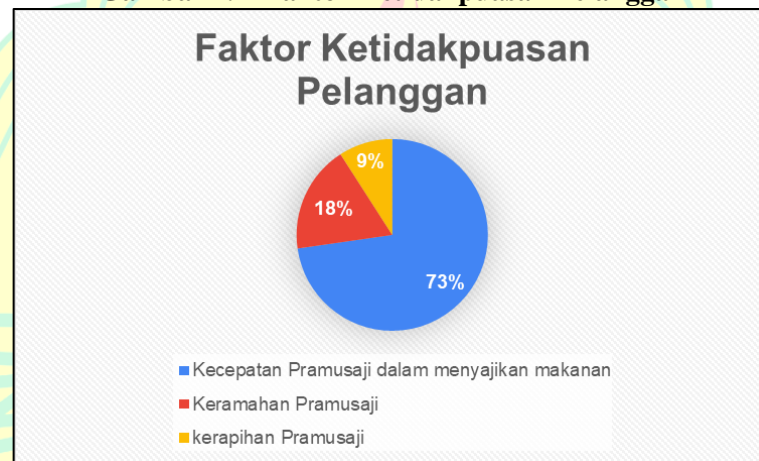
tersebut membuat banyak sekali Restoran di Bogor (Lovinka, 2018). Dari restoran tradisional seperti restoran sunda hingga restoran yang menyediakan makanan western seperti Roofpark Café & Restaurant Bogor, Grand Garden Resto & Café, Two Stories, Forestthree, Lemon8 Café, Hancock Resto And Café, Medja Restaurant dan lain-lain (Azka, 2020).

Salah satu restoran yang ada di Bogor adalah All In Street Food Galery yang beroperasi pada tahun 2016 di dirikan di Jl.Raya Sircuit Sentul No.464 Bogor, Jawa Barat. Berdasarkan informasi dari pemilik, Banu Wicahyo, Restoran All In Street Food Galery beroperasi selama 12 jam, jumlah pekerja yang *in-charge* di All In Street Food Galery setiap harinya berjumlah 4 orang. Konsep dari All In Street Food Galery adalah menjadi restoran keluarga yang ditujukan agar dapat mencukupi kebutuhan sehari-hari bagi keluarga maupun kelompok dengan harga yang tidak mahal serta memberikan suasana santai dan tempat yang terjangkau serta menyuguhkan suasana nyaman, santai dan tempat dimana konsumen dapat melepas kepenatan rutinitas kerja ataupun aktivitas lainnya. All In Street Food Galery menjual berbagai produk makanan seperti seblak, nasi goreng, ketoprak, mie ayam, bakso, dan beberapa makanan ringan seperti kentang goreng, sosis bakar, roti bakar dan lain-lain. Sedangkan untuk minuman seperti Chocolate, Green Tea, Milo dan berbagai varian lainnya.

Banyaknya café dan restoran yang berada di Kota Bogor maka para pemilik restoran harus terus berinovasi dalam mengembangkan usahanya supaya dapat bersaing dan terus berkembang untuk membuat *Customer*

Satisfaction. Faktor yang mempengaruhi *Customer Satisfaction* antara lain *Service Quality, Price, Product, Location* dan *Brand Image*. Salah satu faktor utama *Customer Satisfaction* ialah pemilik restoran harus meningkatkan *Service Quality* dari pramusaji (Raharjo & Amboningtyas, 2017). Seperti memperhatikan kebersihan dan kerapihan pramusaji, keramahan pramusaji, dan ketepatan dalam menyajikan pesanan.

Gambar 1. 1 Faktor Ketidakpuasan Pelanggan



Berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan pada 51 pengunjung All In Street Food Gallery, dapat diketahui terdapat sebanyak 22 responden yang tidak puas mengunjungi All In Street Food Gallery. Sebanyak 73% diantaranya tidak puas karena kecepatan pramusaji dalam menyajikan makanan, 14% tidak puas karena kurangnya keramahan pramusaji, 9% tidak puas karena kurangnya kerapihan pramusaji.

Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa All In Street food Gallery masih memiliki kekurangan dalam perihal waktu pramusaji dalam menyajikan makanan, kerapihan pramusaji dan keramahan pramusaji.

Sehingga membuat beberapa responden kurang puas akan pelayanan yang diberikan.

Survei tersebut menandakan bahwa konsumen memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu. Nilai tersebut akan membuat konsumen untuk melakukan perbandingan terhadap produk dan jasa yang pernah ditawarkan. Apabila sebuah restoran memberikan produk atau jasa yang berkualitas baik, diharapkan dapat memenuhi harapan konsumen dan akhirnya mampu menciptakan *Customer Satisfaction*.

Salah satu faktor yang harus diperhatikan untuk memberikan *Customer Satisfaction* adalah dengan memberikan *Service Quality* yang baik. *Service Quality* telah menjadi faktor paling kuat yang mempengaruhi keunggulan kompetitif penyedia layanan untuk bertahan di industri makanan dan minuman. (Liu et al., 2017).

Suatu restoran diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta mempunyai waktu untuk pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Pelanggan yang mengalami kegagalan pelayanan yang diterimanya akan memberikan informasi yang negatif kepada orang lain terhadap jasa tersebut (Sutomo, 2012).

Salah satu yang mempengaruhi *Customer Satisfaction* adalah *Service Quality* mempengaruhi niat membeli kembali baik yang sudah ada maupun yang belum ada. Riset pasar telah menunjukkan bahwa pelanggan yang tidak puas dengan layanan akan membagikan pengalaman mereka kepada

orang lain. Jadi, intinya layanan yang buruk akan mengurangi potensi pelanggan untuk kinerja bisnis (William et al., 2016).

Gambar 1. 2 Survei Kualitas Produk



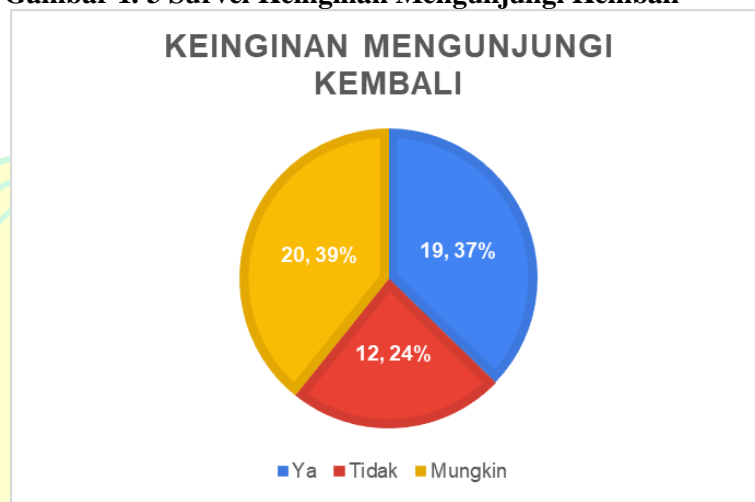
Dari survei awal yang dilakukan peneliti, sebanyak 54% responden menjawab *Product Quality* yang disuguhkan oleh pramusaji di All In Street Food Galery tidak baik.

Faktor lain dari *Customer Satisfaction* ialah *Product Quality*, *Product Quality* merupakan keseluruhan ciri dari suatu produk yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan yang diharapkan konsumen. *Product Quality* mempunyai peranan penting dalam mempengaruhi *Customer Satisfaction* dan membentuk *Customer Loyalty* terhadap produk yang ditawarkan (Anggraeni, 2016).

Customer Loyalty adalah salah satu faktor penting terhadap kelangsungan perkembangan restoran dan meningkatkan penjualan restoran (Anggraeni, 2016). Tinggi rendahnya *Customer Satisfaction* dapat mempengaruhi *Customer Loyalty*. Hal tersebut diungkapkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Raharjo & Amboningtyas (2017) yang

menyatakan bahwa *Customer Satisfaction* adalah faktor yang berpengaruh sangat penting bagi *Customer Loyalty*. dalam penelitian lain yang dilakukan oleh (Aslam et al., 2019) menyatakan bila *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty*.

Gambar 1. 3 Survei Keinginan Mengunjungi Kembali



Berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan menunjukkan bahwa sebanyak 20,39% responden ragu atau tidak ingin berkunjung kembali ke restoran All In Street Food Gallery.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa *Customer Satisfaction* dipengaruhi oleh *Service Quality* dan *Product Quality* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty*. Sehingga peneliti tertarik dan membuat penelitian ini yang diberi judul “Faktor-Faktor yang mempengaruhi *Customer Satisfaction* Terhadap *Customer Loyalty* pada Restoran All In Street Food Gallery”.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan sebelumnya, maka yang menjadi bagian ruang lingkup pertanyaan dari permasalahan adalah, sebagai berikut:

1. Apakah *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pengunjung restoran All In Street Food Galery?
2. Apakah *Product Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pengunjung restoran All In Street Food Galery?
3. Apakah *Customer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada pengunjung restoran All In Street Food Galery?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian dibentuk akibat adanya maksud tertentu yang harus dicapai. Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada pengunjung restoran All In Street Food Galery.
2. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan *Product Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada pengunjung restoran All In Street Food Galery