

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Jumlah penduduk di Indonesia mendapat peringkat terbanyak ke-4 di dunia setelah Negara Amerika Serikat. Banyaknya jumlah penduduk Indonesia berdampak dengan banyaknya kebutuhan primer seperti pangan, sandang, dan papan yang dibutuhkan untuk menunjang kehidupan sehari-hari. Kebutuhan primer yang harus dipenuhi menyebabkan tingkat konsumsi akan suatu barang dan jasa bisa dikatakan tinggi. Khususnya adalah makanan yang setiap hari harus dikonsumsi untuk kebutuhan hidup, menyehatkan badan dan menambah stamina.

Tabel 1.1 merupakan data yang diambil dari Badan Pusat Statistik mengenai Indeks Tendensi Konsumen dalam triwulan I tahun 2016 yang menjelaskan bahwa DKI Jakarta memperoleh nilai indeks masing masing sebesar 127,25% untuk konsumsi bahan makanan dan 118,95% untuk konsumsi makanan jadi di restoran. Nilai indeks makanan tersebut lebih besar dibandingkan dengan nilai indeks non makanan seperti komunikasi dan pendidikan, serta pakaian, rekreasi/hiburan, akomodasi hotel/penginapan, perawatan kesehatan, dan kecantikan yang nilai indeks konsumsinya kurang dari 100%.

**Tabel 1.1**  
**INDEKS KONSUMSI KOMODITI-KOMODITI**

Kelompok Barang dan Jasa (1)	Triwulan IV - 2015 (3)	Triwulan I – 2016 (3)
<b>A. Indeks Makanan</b>	<b>127,04</b>	<b>123,10</b>
1. Bahan makanan	133,36	127,25
2. Makanan jadi di restoran/rumah makan	120,71	118,95
<b>B. Indeks Non Makanan</b>	<b>100,50</b>	<b>93,29</b>
3. Pakaian	99,75	90,20
4. Komunikasi (Pembelian Pulsa HP)	119,83	115,05
5. Pendidikan	103,53	100,80
6. Rekreasi/Hiburan	86,20	72,15
7. Akomodasi (Hotel/Penginapan)	78,27	66,72
8. Transportasi	127,95	119,80
9. Perawatan Kesehatan dan Kecantikan	87,99	88,32
<b>Indeks Konsumsi Total</b>	<b>106,40</b>	<b>99,92</b>

**Sumber:** [https://jakarta.bps.go.id/backend/brs\\_ind/brsInd-20160510080917.pdf](https://jakarta.bps.go.id/backend/brs_ind/brsInd-20160510080917.pdf)

Berdasarkan data di atas, menurut Badan Pusat Statistik dapat disimpulkan bahwa DKI Jakarta sebagai ibukota negara masih menjadi pendorong utama tingginya optimisme penduduknya dalam mengonsumsi bahan makanan dan mengonsumsi makanan jadi di restoran. Melihat hal tersebut, merupakan peluang yang menguntungkan untuk para pebisnis membuat sebuah usaha di DKI Jakarta dalam bidang makanan, karena tidak hanya pebisnis besar, usaha yang bagus untuk seorang pemula dengan modal yang kecil tetapi bisa mendapatkan profit yang tinggi salah satunya adalah membuka usaha kuliner.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Gala Bisnis. <http://galabisnis.com/usaha-yang-bagus-untuk-pemula/> (Diakses tanggal 31 Desember 2016 pukul 13.20 wib)

Meningkatnya jumlah restoran sebesar 41% dalam lima tahun terakhir<sup>2</sup> merupakan bukti bahwa membuka usaha di bidang kuliner adalah peluang yang baik untuk memenuhi kebutuhan penduduk Indonesia yang terus meningkat. Peningkatan jumlah restoran tersebut dimulai dari membuka sebuah restoran dengan makanan minuman yang mewah, membuka warung makan sederhana, *food truck*, makanan pinggir jalan, jajanan sekolah, dan makanan *homemade* yang dijual dirumah.

Pertumbuhan jumlah restoran yang terus terjadi setiap tahun juga didukung dengan perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia. Menurut riset terbaru situs pencarian dan reservasi restoran terkemuka di Jakarta yaitu Qraved.com mencatat, intensitas masyarakat Indonesia yang memiliki kebiasaan menyantap makanan dan minuman di luar rumah dalam lima tahun terakhir meningkat hingga 250%.<sup>3</sup> Peningkatan tersebut merupakan keuntungan untuk para pebisnis yang sudah memiliki usaha kuliner untuk lebih semangat lagi dalam mengelola usahanya agar konsumen dapat terus berdatangan untuk mengunjungi restoran.

Tabel 1.2 merupakan data persentase jumlah restoran lokal maupun asing di DKI Jakarta yang diperoleh dari hasil survei tahunan Badan Pusat Statistik (BPS). Di tahun 2012, jumlah restoran lokal di Jakarta mencapai 31,30%. Hasil ini lebih rendah dibandingkan dengan jumlah restoran asing yaitu 68,70%. Tahun 2013, jumlah restoran lokal di Jakarta mencapai 65,12% naik 33,82% dibanding tahun

---

<sup>2</sup> Ririn Radiawati. <https://www.merdeka.com/uang/lima-restoran-cepat-saji-terbesar-di-indonesia.html> (Diakses tanggal 31 Desember 2016 pukul 14.00 wib)

<sup>3</sup> Eko Sutriyanto. (<http://www.tribunnews.com/bisnis/2014/04/02/dalam-5-tahun-jumlah-restoran-kelas-menengah-tumbuh-250-persen>) (Diakses tanggal 31 Desember 2016 pukul 15.00 wib)

2012 dan lebih tinggi dari persentase jumlah restoran asing di Jakarta yaitu 34,88%. Tahun 2014 merupakan tahun tertinggi persentase jumlah restoran lokal yang ada di Jakarta yaitu 74,83% dibandingkan dengan restoran asing yang hanya mendapat 25,17%. Dan di tahun 2015, restoran lokal yang ada di Jakarta sebanyak 630 restoran sedangkan restoran asing sebanyak 551 restoran dengan keseluruhan jumlah 1181 restoran di DKI Jakarta. Semua data tersebut peneliti dapatkan dari situs [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id) yang mensurvei seluruh restoran di Kabupaten/Kota di seluruh Indonesia.

**Tabel 1.2**  
**PERSENTASE JUMLAH RESTORAN LOKAL DAN ASING DI DKI JAKARTA**

<b>Tahun</b>	<b>Lokal</b>	<b>Asing</b>	<b>Jumlah</b>
<b>2015</b>	<b>53,3%</b>	<b>47,7%</b>	<b>100%</b>
<b>2014</b>	<b>74,83%</b>	<b>25,17%</b>	<b>100%</b>
<b>2013</b>	<b>65,12%</b>	<b>34,88%</b>	<b>100%</b>
<b>2012</b>	<b>31,30%</b>	<b>68,70%</b>	<b>100%</b>

*Sumber:* <http://www.bps.go.id/index.php/pencarian?searching=restoran&yt1=Cari>

Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa pemilik usaha kuliner di Jakarta sangatlah banyak. Tidak hanya pemilik usaha kuliner lokal, pemilik usaha kuliner juga harus waspada terhadap pemilik usaha kuliner asing yang membuka usahanya di Jakarta. Untuk dapat bersaing dengan pesaing lainnya, pemilik usaha kuliner perlu berlomba-lomba untuk selalu berinovasi terus menerus dengan menciptakan hal baru yang dapat memikat hati konsumen agar konsumen tidak pindah ke kompetitor lainnya.

Inovasi-inovasi yang digunakan agar dapat bertahan dari pesatnya pertumbuhan restoran contohnya adalah membuat makanan dan minuman yang unik atau jarang dijual di pasaran. Unik merupakan sesuatu yang sulit untuk ditiru orang lain karena memiliki ciri khas tersendiri yang sudah melekat pada usaha tersebut, sehingga pesaing lain sulit untuk meniru. Jika makanan tersebut memiliki kekhasan tersendiri, maka pelanggan akan lebih mudah untuk mengingat dan membedakan bahwa restoran tersebut menjual makanan yang berbeda dari restoran lainnya.

Selain dari kekhasan makanan yang dijual, cara promosi menggunakan media sosial juga merupakan cara yang tepat untuk berinovasi karena sekarang masyarakat rela mencari informasi sebanyak-banyaknya untuk mendapatkan informasi mengenai tempat yang ingin dikunjungi untuk mencari makanan dan minuman yang unik, desain ruangan yang unik, lokasi yang mudah dijangkau, memiliki pelayanan baik, tempat yang nyaman dan cocok untuk berkumpul bersama teman atau rekan bisnis. Hal tersebut dapat menjadi fokus utama para pebisnis menjalankan usahanya untuk memberikan kesan yang baik dan kepuasan kepada pelanggannya agar pelanggan yang telah mengunjungi usahanya dapat berkunjung kembali dan memberikan ulasan yang bagus kepada orang lain untuk dapat berkunjung melalui mulut ke mulut atau media sosial yang sedang kekinian dan banyak dicari oleh anak-anak muda jaman sekarang.

Tabel 1.3 dan 1.4 merupakan data nama-nama restoran yang sangat top di Indonesia dikategorikan dalam restoran lokal dan restoran asing yang masuk kedalam Top Brand Indeks tahun 2016 fase 2 yang peneliti dapatkan disitus [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com). Peringkat kedua restoran lokal yang sangat top adalah rumah makan Ampera dengan perolehan 10.8% disusul oleh rumah makan padang Sederhana yang mendapatkan peringkat pertama top brand indeks sebesar 12.3%. Untuk restoran asing top yang ada di Indonesia, KFC memperoleh peringkat pertama sebesar 63.9% dan MC Donald's memperoleh peringkat kedua sebesar 18.6%.

**Tabel 1.3**  
**PERSENTASE TOP BRAND INDEKS RESTORAN LOKAL INDONESIA YANG SERING**  
**DIKUNJUNGI PELANGGAN TAHUN 2016 FASE 2**

<b>MEREK</b>	<b>TBI</b>	<b>TOP</b>
Sederhana	12.3%	TOP
Ampera	10.8%	TOP
Garuda	4.5%	
Primarasa	4.3%	
Bumbu Desa	3.6%	
Ayam Bakar Wong solo	2.6%	
Sate Khas Senayan	1.7%	

*Sumber:* [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2016\\_fase\\_2](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_2)

**Tabel 1.4**  
**PERSENTASE TOP BRAND INDEKS RESTORAN ASING DI INDONESIA YANG**  
**SERING DIKUNJUNGI PELANGGAN TAHUN 2016 FASE 2**

MEREK	TBI	TOP
KFC	63.9%	TOP
MC Donald's	18.6%	TOP
A & W	2.6%	
Hoka-Hoka Bento	2.5%	

*Sumber:* [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2016\\_fase\\_2](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_2)

Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa restoran yang menyediakan makanan cepat saji dari restoran asing ini lebih unggul dibanding restoran dari Indonesia yang menyediakan makanan yang berat atau jamuan makan yang resmi. Menurut penelitian *The Nielsen Regional Retail Highlights*, ramainya kawula muda mengunjungi restoran cepat saji karena resto tersebut memiliki faktor-faktor restoran yang paling diminati saat ini. Konsep tempat dan fasilitas yang diberikan resto tersebut dianggap sesuai dengan gaya hidup orang Indonesia khususnya ibukota Jakarta seperti tempat yang nyaman, rasa makanan yang unik dengan harga terjangkau, layanan yang baik hingga menyediakan fasilitas wifi yang baik.<sup>4</sup>

Untuk mengungguli restoran asing yang memiliki konsep tersebut, restoran lokal khususnya di DKI Jakarta saat ini juga tak mau kalah untuk memiliki

<sup>4</sup>Antara News. <http://www.antaraneews.com/print/300726/nongkrong-di-cafe-jadi-gaya-hidup>  
(Diakses tanggal 1 Januari 2017 pukul 09.00 wib)

strategi-strategi guna menarik konsumen baik berskala nasional maupun internasional yang sedang ramai dikunjungi masyarakatnya seperti Kila-Kila by Akasya, Lucky Cat Coffee, Six Degrees, Ojju, Home Brew Coffee, Sushi Hiro, The Seafood Tower, Maple & Oak, dan Chicknroll.<sup>5</sup>

Tak hanya itu, menurut riset situs pencarian dan reservasi restoran terkemuka di Jakarta yaitu Nibble.id menyebutkan ada 5 restoran asli Indonesia (*Street Food*) yang paling diminati para pecinta kuliner saat ini karena memiliki keunikan tersendiri untuk menarik minat pelanggannya yaitu Warung Upnormal, Eat Happens, Bubur Aguan, Nasi Goreng Gila Taman Menteng, dan Martabak San Fransisco<sup>6</sup>.



**Gambar 1.1**  
**Restoran Eat Happens Tebet**  
**Sumber:** Data dikelola oleh Peneliti (2017)

Restoran Eat Happens merupakan salah satu restoran yang memiliki strategi dengan konsep bernuansa industrial yang bertujuan menarik minat pelanggan anak muda dengan menghadirkan beberapa elemen-elemen berkonsep industrial seperti *pop art*, tong-tong bekas dan juga meja kursi yang terbuat dari papan-papan kayu. Restoran Eat Happens berlokasi di Jalan Tebet Utara Dalam No. 2A,

<sup>5</sup> Haetam Attamimiy. <https://www.qraved.com/journal/restaurants/9-tempat-nongkrong-baru-yang-lagi-nge-hits-di-jakarta/> (Diakses tanggal 1 Januari pukul 09.45 wib)

<sup>6</sup> Atalya Anggraini. <https://www.nibble.id/blog/5-street-food-asli-indonesia-yang-paling-dicari-para-pecinta-kuliner/> (Diakses tanggal 1 Januari 2017 pukul 09.58 wib)

Jakarta Selatan. Sebelum dinamakan Eat Happens, restoran ini dulu bernama Djons yang fokus pada makanan *western* yaitu *burger* dan *pizza*. Namun di tahun 2015 tepatnya pada bulan Mei, sang pemilik restoran yaitu Martinus Sunu Susatyo mengusung nama dan konsep baru yaitu Eat Happens yang tak hanya berfokus pada makanan *western*, tetapi juga pada makanan khas lokal.

Menu andalan di restoran ini adalah roti *sandwich* seperti *hotdog* yang berisi sosis sepanjang 40cm, sayuran, telur dan saus yang dinamakan *Hungry John Sausage* yang dihargai seharga Rp. 69.000<sup>7</sup>. Menu ini sangat cocok bila dimakan bersama teman karena porsinya yang besar, rasa yang lezat dan juga harganya yang terbilang cukup terjangkau. Selain itu ada makanan dan minuman lain yang menambah kesan unik restoran tersebut seperti roti bakar instagram karena bentuk dan warnanya yang dibuat sesuai dengan logo aplikasi Instagram, martabak dengan beraneka rasa dengan pilihan topping kekinian contohnya *green tea*, *red velvet*, *oreo*, dan lainnya, *rice bowl*, nasi goreng hitam karena menggunakan tinta dari cumi-cumi, *green burger* dengan daging kebab, minuman *harry potter* soda, *men in black*, pandan juragan dan masih banyak makanan dan minuman lainnya yang memiliki keunikan. Harga yang ditawarkan juga cukup terjangkau dengan rasa yang didapatkan oleh pelanggan. *Range* harga restoran Eat Happens dimulai dari Rp.20.000 – Rp.75.000 untuk makanan dan Rp.5.000 – Rp.34.000 untuk minuman.

Selain makanan dan minuman unik yang dijual dengan harga terjangkau, restoran Eat Happens juga memiliki strategi-strategi lainnya seperti lokasi yang

---

<sup>7</sup>Azalia Amadea. <http://www.money.id/food/eat-happens-tempat-nongkrong-anak-muda-gaya-industrial-160118t.html> (Diakses tanggal 1 Januari 2017 pukul 11.31 wib)

strategis karena terletak di pinggir jalan raya Tebet yang ramai dengan memperhatikan suasana yang dimiliki sehingga cocok sebagai tempat yang pas untuk berkumpul bersama teman, rekan bisnis ataupun berkunjung sendiri. Restoran Eat Happens juga berusaha untuk memberikan layanan yang terbaik dengan menghadirkan staf-staf muda yang energik kepada pelanggannya.

Untuk menentukan variabel yang akan diteliti, peneliti melakukan penelitian pra riset kepada 100 orang pengunjung untuk mengetahui alasan pengunjung tersebut datang ke restoran dan juga untuk mengetahui adakah keluhan-keluhan yang pelanggan rasakan saat mengunjungi restoran Eat Happens. Responden terdiri 50 pengunjung laki-laki dan 50 pengunjung perempuan yang berkisar berumur 15-43 tahun dengan latar belakang yang bervariasi yaitu 65 orang pelajar/mahasiswa, 15 orang pegawai swasta, 12 orang pegawai negeri dan 8 orang lainnya adalah wirausaha dan ibu rumah tangga. Dari 100 orang pengunjung 30 orang berdomisili di Jakarta Timur, 30 orang berdomisili di Jakarta Selatan, 15 orang berdomisili di Jakarta Pusat, 10 orang berdomisili di Jakarta Utara, 10 orang berdomisili di luar Jakarta, dan sisanya 5 orang berdomisili di Jakarta Barat.

**Tabel 1.5**  
**Rekapitulasi Beberapa Alasan Orang Datang ke Restoran Eat Happens**

No	Alasan	Jumlah
1	Restoran kekinian	84
2	Tempat yang nyaman untuk berkumpul bersama teman	38
3	Rekomen dari media sosial	67
4	Menu makanan yang bervariasi	48
5	Lokasi yang mudah dijangkau di daerah Jakarta Selatan	33

**Sumber:** Data dikelola oleh Peneliti (2017)

Berdasarkan tabel 1.5 di atas, alasan utama pelanggan datang ke Restoran Eat Happens karena Eat Happens merupakan restoran kekinian saat ini di DKI Jakarta. Terbukti dari 100 orang responden, 84 orang mengatakan bahwa Eat Happens merupakan restoran yang kekinian karena konsep industrial yang disajikan membuat pelanggan penasaran. Bukti dari restoran Eat Happens merupakan tempat kuliner yang kekinian juga dapat dilihat dari berbagai komentar para pelanggan lainnya yang menulis ulasan restoran tersebut di media sosial. Dalam ulasan tersebut dikatakan Eat Happens merupakan tempat berkumpul yang *recommended*, makanan dan minumannya juga sangat bervariasi sehingga pelanggan tidak akan bosan.<sup>8</sup>

Berdasarkan jumlah alasan datang 100 orang tersebut, peneliti melihat untuk alasan kenyamanan dan lokasi dari Eat Happens mendapatkan jumlah terkecil dibandingkan alasan yang lainnya. Peneliti mengidentifikasi bahwa terdapat

---

<sup>8</sup>Vincentia Stephanie. <https://www.foody.id/jakarta/eat-happens-tebet> (Diakses tanggal 1 Januari 2017 pukul 14.00 wib)

permasalahan internal dalam restoran tersebut yang membuat kenyamanan dan lokasi restoran mendapatkan nilai yang rendah dibandingkan alasan lainnya.

Peneliti juga mendapatkan adanya keluhan-keluhan yang pelanggan rasakan saat mengunjungi restoran Eat Happens kepada 100 orang pengunjung tersebut. Tabel 1.6 merupakan data rekapitulasi keluhan-keluhan yang dirasakan pelanggan restoran Eat Happens.

**Tabel 1.6**

**Rekapitulasi keluhan-keluhan pelanggan restoran Eat Happens**

No	Jenis Masalah	Jumlah Pelanggan yang Mengeluh
1	Sistem pembayaran membingungkan pelanggan	46
2	Area parkir kurang tersedia dengan baik	88
3	Musik terlalu kencang	25
4	Jarak antara meja satu dengan yang lainnya terlalu dekat	68
5	Tempatnya sempit	39
6	Lampu terlalu redup	16
7	AC kurang dingin	71
8	Pembatas antara ruangan ber-AC dengan ruangan merokok tidak ada	19
9	<i>Layout</i> restoran tidak tertata rapi	12
10	Staf kurang ramah/ <i>friendly</i>	29

**Sumber:** Data dikelola oleh Peneliti (2017)

Selain data yang peneliti dapatkan ketika menyebarkan pra riset penelitian, peneliti juga mendapatkan ulasan keluhan pelanggan dari situs-situs seperti

zomato.com<sup>9</sup> dan foody.id<sup>10</sup> mengenai staf yang lambat dalam menangani keluhan pelanggan, staf membutuhkan waktu lama dalam menyajikan makanan, staf kurang ramah pada pelanggan, makanan dan minuman yang tidak sesuai dengan pesanan, sistem pembayaran dengan banyak kasir sesuai dengan pembagian makanan dan minuman yang membingungkan pelanggan, fasilitas meja yang tidak diberi nomor, musik yang terlalu keras, jarak antar meja saling berdekatan, dan tidak adanya pembatas antara *smoking area* dengan *non smoking area* sehingga udara menjadi panas dan sesak.

The screenshot shows a Foody.id review for 'Eat Happens - Tebet'. The review is by user 'Desi Ari P.' and includes a detailed critique of the service, atmosphere, and food quality. The review text is as follows:

**Desi Ari P.**  
via Web 3/1/2016 10:26

**Eat Happens - Jl. Tebet Utara Dalam**

Sabtu malam lalu kami main ke daerah Tebet, dan setelah merasa lapar, kami memutuskan buat makan di sini, tempat makan yang lagi hype banget di Tebet. Pas kami lewat sekitar jam 7an, tempatnya ruame banget, waiting listnya panjang sekali, tapi gak terlalu lama sih nunggunya.

**PLACE & AMBIENCE**  
Eat Happens ini dulunya adalah De Jons. Posisinya ada di seberang Comic Cafe. Kalau mau ke sini sebaiknya parkir kendaraan di Sevel. Ada 2 area di sini, indoor dan outdoor, dan semuanya smoking area, jadi sebaiknya pilih di outdoor aja, jadi masih ada sirkulasi udara. Seperti resto & kafe di Tebet pada umumnya, musiknya terlalu keras, mungkin mengimbangi keramaian pengunjungnya ya. Yang pasti ini tipe tempat nongkrong rame-rame aja, bukan buat curhat-curhatan. p. Kemarin setelah nunggu 10 menit, kami dapat tempat buat berdua, di outdoor. Tempatnya kecil dan jarak setiap meja itu berdekatan. Kebersihannya kurang, mejanya lengket banget kayak bekas tumpahan minuman, jadi kami masih harus lap mejanya lagi pakai tissue basah, tapi gak ngaruh-ngaruh amat. Jadi di sini sistemnya setelah dapat duduk, kita dikasih kertas menu, terus pilih pesannya, dan ke kasir dulu buat bayar. Kasirnya pun terpisah, yang satu untuk Martabak, Hungry John, Ice Blended, dan makanan berat lainnya. Kasir yang satunya lagi untuk Kue Cubit, Cendol, dan Es Duren. FYI, di sini gak ada nomor meja, jadi kita harus nunjukin mejanya ke mbak kasirnya. Lalu tunggu pesanan kita diantar.

**FOOD & BEVS**  
Di sini varian menuunya buanyak banget, mostly tipe makanan yang kekinian gitu deh. Ada yang tampilannya menarik, ada juga yang... lebih bagus di fotonya. Kemarin sih gak terlalu lama nunggu

**Review Summary:**

- Overall Rating: 7.3/19
- Price: 7.6
- Quality: 7.5
- Room: 7.4
- Service: 7.2
- Location: 6.9

**19 Peringkat pengulas**

- 0 Sangat baik
- 16 Baik
- 3 Rata-rata
- 0 Buruk

**Kriteria**

Kriteria	0	5	10	Score
Lokasi	[Progress bar]			6.9
Harga	[Progress bar]			7.6
Kualitas	[Progress bar]			7.5
Servis	[Progress bar]			7.2
Ruang	[Progress bar]			7.4

**7.3 poin - Baik**

Tulis ulasan

**Gambar 1.2**

**Contoh Keluhan Eat Happens**

**Sumber:** <https://www.foody.id/jakarta/eat-happens-tebet/review-8004>

<sup>9</sup> Fauzha Shahab. [https://www.zomato.com/jakarta/review/y\\_yo\\_xoq](https://www.zomato.com/jakarta/review/y_yo_xoq) (Diakses pada tanggal 2 Januari 2017 pukul 17.45 wib)

<sup>10</sup> Desi Ari. <https://www.foody.id/jakarta/eat-happens-tebet/review-8004> (Diakses pada tanggal 2 Januari 2017 pukul 18.05 wib)

Berdasarkan pemaparan di atas terdapat indikasi bahwa rendahnya kepuasan pelanggan disebabkan oleh kualitas fisik dan perilaku staf berdasarkan keluhan atau kritik yang diterima dari pelanggan berupa sistem pembayarannya yang membingungkan pelanggan, makanan dan minuman yang tidak sesuai dengan pesanan, dan staf yang kurang ramah serta staf yang lambat dalam menangani keluhan pelanggan. Keluhan-keluhan tersebut akan berdampak pada kepuasan jika tidak ditanggapi dengan baik. Selaras dengan penelitian terdahulu milik Nam *et al.* dalam Susanty dan Kenny, kualitas fisik dan perilaku staf memiliki dampak yang signifikan terutama pada industri yang bergerak di bidang jasa seperti hotel dan restoran karena hal tersebut mempengaruhi persepsi secara keseluruhan dari pertemuan layanan dan dapat berdampak pada kepuasan pelanggan.<sup>11</sup>

Selain kualitas fisik dan perilaku staf, atmosfer juga mendapatkan keluhan atau kritikan mengenai area parkir yang kurang tersedia dengan baik, musik yang terlalu kencang, lampu yang redup, kebersihan yang kurang terjaga, dan jarak antar meja terlalu dekat serta tidak adanya pembatas antara *smoking area* dengan *non smoking area* sehingga udara menjadi panas dan sesak. Hal tersebut juga selaras dengan penelitian terdahulu milik Ryu dan Jang dalam Susanty dan Kenny yang mengatakan bahwa atmosfer/suasana juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan karena mendorong efek emosional pengalaman konsumsi pelanggannya, contohnya dengan menghadirkan alunan musik yang membuat

---

<sup>11</sup> Susanty dan Kenny, *The Relationship between Brand Equity, Customer Satisfaction, and Brand Loyalty on Coffee shop: Study of Excelso and Starbucks*, (Asean Marketing Journal), June 2015, Vol. VII, No. 1, 14-27, p.16

nyaman, cahaya ruangan yang pas, dan suhu ruangan yang sejuk untuk berlama-lama menghabiskan waktu di restoran tersebut.<sup>12</sup>

Jika pelanggan merasa senang dan puas terhadap makanan dan layanan yang diberikan maka pelanggan tersebut akan sering berkunjung untuk menyantap makanan di restoran itu kembali secara sukarela dan akan membagikan kepuasannya tersebut ke berbagai media sosial berupa Blog, Instagram, Facebook, Path maupun Twitter dengan merekomendasikannya kepada orang lain untuk memberikan penilaian yang baik.

Setelah mengkaji data keluhan di atas, peneliti mengasumsikan bahwa ada beberapa masalah yang perlu peneliti teliti dan dijadikan sebagai variabel dalam penelitian ini. Variabel tersebut dibatasi oleh Kualitas Fisik ( $X_1$ ), Perilaku Staf ( $X_2$ ), Atmosfer ( $X_3$ ), dan Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ).

**Tabel 1.7**  
**Variabel Penelitian**

<b><math>X_1</math></b>	<b>Kualitas Fisik</b>
<b><math>X_2</math></b>	<b>Perilaku Staf</b>
<b><math>X_3</math></b>	<b>Atmosfer</b>
<b>Y</b>	<b>Kepuasan Pelanggan</b>

**Sumber:** Data dikelola oleh Peneliti (2017)

Berdasarkan penelitian terdahulu dan keluhan-keluhan yang peneliti dapatkan dari pra riset bahwa kualitas fisik, perilaku staf, dan atmosfer restoran memberikan peranan terhadap kepuasan pelanggan di tengah persaingan restoran lokal yang ketat agar tetap bertahan dan memiliki kelebihan dibanding pesaing

---

<sup>12</sup>*Ibid*, p. 16

lainnya sehingga peneliti memilih mengkombinasikan variabel tersebut untuk diteliti di restoran Eat Happens sebagai objek penelitian. Dan tren gaya hidup masyarakat terutama anak-anak muda yang suka mengunjungi restoran bersama teman untuk sekedar ngobrol dan berlama-lama untuk menghabiskan waktu menjadi alasan peneliti untuk meneliti objek tersebut karena Eat Happens merupakan restoran yang kekininian dan banyak dicari oleh pecinta kuliner saat ini. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian sebagai skripsi dengan judul: **Pengaruh Kualitas Fisik, Perilaku Staf dan Atmosfer terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada Pelanggan Restoran Eat Happens di Tebet).**

## 1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan, terdapat masalah yang menjadi faktor dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Untuk mengetahui masalah tersebut, berikut identifikasi masalah yang peneliti teliti:

1. Pada variabel kualitas fisik, terdapat beberapa masalah yang membuat pelanggan restoran Eat Happens kecewa seperti sistem pembayarannya yang membingungkan pelanggan, makanan dan minuman yang tidak sesuai dengan pesanan, dan fasilitas meja yang tidak diberi nomor.
2. Pada variabel perilaku staf terdapat beberapa masalah yang membuat pelanggan restoran Eat Happens kecewa seperti stafnya yang kurang *friendly* terhadap pelanggan, penanganan yang lambat terhadap komplain pelanggan, dan staf lamban dalam menyajikan menu.
3. Pada variabel atmosfer terdapat beberapa masalah yang membuat pelanggan restoran Eat Happens kecewa seperti *layout* restoran yang tidak tertata rapi dan tempat yang sempit, musik yang terlalu kencang, suhu udara yang panas, lampu ruangan yang redup, jarak antara meja yang satu dengan meja yang lain sangat berdekatan dan menjadi sempit, area parkir yang kurang tersedia dengan baik, dan tidak tersedia pembatas antara ruangan *non smoking area* dengan *smoking area*.

### 1.3 Pembatasan Masalah

Agar permasalahan dapat dikaji secara terfokus dan jelas, maka penelitian ini dibatasi oleh:

1. Penelitian ini dibatasi hanya pada variabel kualitas fisik, perilaku staf, atmosfer, dan kepuasan pelanggan restoran Eat Happens di Tebet.
2. Penelitian ini hanya dilakukan terhadap pelanggan yang sudah pernah mengunjungi restoran Eat Happens di Tebet.

### 1.4 Perumusan Masalah

Masalah-masalah dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Fisik (*Physical Quality*) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*) Restoran Eat Happens?
2. Apakah Perilaku Staf (*Staf Behavior*) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*) Restoran Eat Happens?
3. Apakah Atmosfer (*Atmosphere*) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*) Restoran Eat Happens?

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1. Kegunaan Teoretis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, pandangan dan wawasan tentang alasan kualitas fisik, perilaku staf, dan atmosfer yang ditawarkan terhadap kepuasan pelanggan restoran Eat Happens di Tebet dan menjadi referensi dalam penambahan teori baru.

### **2. Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan sebagai pemecah masalah yang bisa digunakan restoran Eat Happens untuk memecahkan masalah mengenai keluhan-keluhan yang terjadi di restoran yang berguna bagi beberapa pihak seperti pemilik, karyawan/staf, dan pelanggan agar pelanggan puas dan memiliki keinginan untuk kembali mengunjungi restoran Eat Happens.