

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Salah satu bisnis yang masih ramai dan banyak diminati adalah bisnis usaha penyediaan makanan dan minuman. Hal ini dikarenakan makanan atau minuman menjadi salah satu kebutuhan primer yang harus dipenuhi oleh semua orang. Bergesernya gaya hidup masyarakat yang menyebabkan mereka cenderung untuk bersantap di restoran. Masyarakat kini lebih senang untuk bersantap di restoran karena untuk sarana rekreasi dan aktualisasi diri. Kondisi ini membuat industri antar bisnis usaha penyediaan makanan dan minuman semakin tajam (Hutama, 2014).

Tingginya tingkat persaingan di dunia bisnis dalam hal penyediaan makanan dan minuman memaksa pelaku usaha untuk mencapai keunggulan bersaing agar mampu bertahan dalam persaingan. Pelaku usaha dapat mengevaluasi sejauh mana kualitas produk yang diciptakan mampu bersaing dengan produk pesaing. Pelaku usaha juga bisa menilai kelebihan produk pesaing sehingga dapat merencanakan inovasi produk yang lebih baik dari produk pesaing.

Maraknya pertumbuhan restoran ini membuat konsumen tidak hanya menilai dari segi produk saja, tetapi juga menilai kualitas layanan serta kenyamanan yang diberikan selama berada di restoran tersebut. Berbagai tempat penyediaan makanan menawarkan produknya dalam berbagai banyak bentuk yang bermunculan. Untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat, setiap bisnis restoran harus memperhatikan atribut-atribut yang akan mempengaruhi kepuasan dan perilaku konsumennya. Bisa ditandai dengan

memunculkan perbedaan atau keunikan yang tidak dimiliki oleh pesaing yang bergerak di bidang yang sama.

Daging burger sudah lama menjadi makanan khas bangsa Tartar dari Asia Tenggara yang telah dikenal sejak ribuan tahun lalu. Makanan tersebut berupa daging cincang yang disantap mentah-mentah hanya dengan perasan jeruk. Lalu makanan tersebut dibawa ke benua Eropa, tepatnya ke kota Hamburg. Karena masyarakat di sana menolak memakan daging yang tidak dimasak, maka daging khas Tartar tersebut mengalami modifikasi dengan dibakar atau digoreng. Kala itu Hamburg merupakan pusat perdagangan dan juga sebagai tempat berkumpulnya para pedagang asal Arab (Hardiman, 2011). Kemudian dari kota kedua terbesar di Jerman ini banyak penduduknya yang beremigrasi ke Amerika dan menyebarkan pembuatan burger ke sana.

Burger masuk Indonesia pada tahun 1977. Tidak sedikit yang menggemari makanan burger baik generasi tua maupun muda sama-sama memiliki ketertarikan untuk mengonsumsi makanan tersebut. Kebanyakan orang tidak memiliki waktu luang untuk membuat atau mempersiapkan makanannya sendiri (Cahyani, 2016). Masyarakat cenderung ingin menikmati makanan cepat saji yang dianggap lebih efisien tidak perlu merepotkan diri di tengah aktivitasnya. Hal ini juga sependapat dengan yang dikatakan oleh William Ernest Silanoe bahwa burger identik dengan kemudahan selain itu *market size* cukup pun besar (Evandio, 2019).

Mendengar kata Lawless seakan teringat dengan seseorang yang melawan aturan. Namun, yang dimaksud di sini merupakan suatu tempat yang memiliki sebuah kebebasan dalam menikmati makanan. Banyaknya terobosan baru dalam segi rasa, penampilan, hingga ukuran membuat bisnis burger bangkit dari pengalaman pasang surut di dunia penyedia makanan dan minuman.

Lawless Burgerbar merupakan salah satu tempat makan burger yang dimiliki oleh Ibukota Jakarta. Lawless Burgerbar pertama kali resmi

beroperasional pada tanggal 3 September 2017 di daerah Kemang, Jakarta Selatan (Lawlessjakarta.com, 2017). Tempat ini adalah perwujudan dari sebuah mimpi dari salah satu *owner* yaitu *presenter* Gofar Hilman untuk memiliki sebuah tempat tongkrongan dengan makanan enak, bir dingin, dan dikombinasikan dengan *playlist* musik-musik *rock* dan *metal*. Lawless Burgerbar menyajikan makanan yang terdiri dari burger, sandwich, dan beberapa macam *snacks* dengan kualitas terbaik.

Memiliki popularitas, dikenal oleh banyak masyarakat Jakarta dan sekitar, membuat Lawless Burgerbar masuk dalam nominasi tempat burger enak di Jakarta yang paling banyak dicari dan menjadi favorit banyak orang (Pergikuliner.com, 2019). Terutama Burgerbar ini sangat *familiar* ditelinga kalangan anak muda maupun tua yang memiliki hobi penunggang motor besar mau pun mereka yang punya selera musik *rock* dan *metal*. Lawless Burgerbar akan memberikan ingatan tersendiri bagi konsumen dengan ciri khas atau keunikan yang tidak ditawarkan oleh burgerbar lainnya di Jakarta yang mana menghadirkan nuansa *Heavy Metal Rock* pada setiap nama menu hingga interiornya.

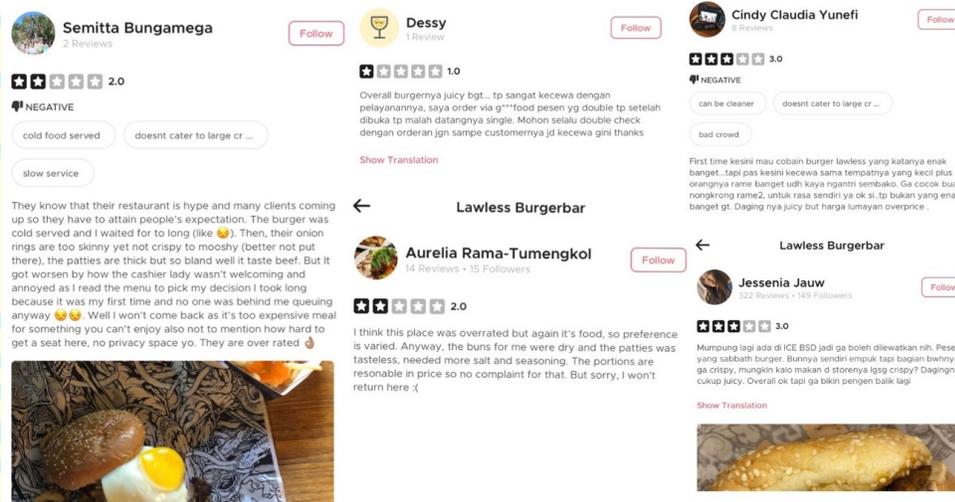


Gambar 1.1 Fenomena Anstusias Masyarakat

Sumber : Instagram.com

Di akhir tahun 2019 pada tanggal 16 bulan Desember, Lawless Burgerbar membuka cabang pertamanya yang berlokasi di belakang Sarinah,

Menteng. Terjadi antrean panjang saat *opening* dan pada *moment-moment* tertentu menunjukkan antusias masyarakat yang tinggi. Kepopularitasan suatu tempat belum tentu menggambarkan tingkat *customer satisfaction* yang tinggi serta *behavioral intention* yang akan diwujudkan selanjutnya. Terdapat beberapa indikator yang dinilai buruk oleh konsumen pada Lawless Burgerbar Menteng.



Gambar 1.2 Penilaian Buruk Lawless Burgerbar

Sumber : Zomato.com (2020)

Dari penilaian buruk di atas, beberapa konsumen merasa kecewa dengan pelayanan, makanan, serta harga yang diciptakan Lawless Burgerbar. Hal tersebut berujung kepada konsumen yang merasa tidak puas. Ketidakpuasan tersebut mengakibatkan munculnya *behavioral intention* seperti memberikan penilaian buruk dan tidak ada keinginan untuk kembali ke Lawless Burgerbar Menteng.

Atribut restoran adalah kepribadian restoran, gambaran mengenai apa yang dilihat dan dirasakan oleh konsumen. Dari beberapa referensi yang ditemukan oleh Wiastuti dan Pratiwi (2019) menyimpulkan bahwa *service quality*, *food quality*, dan *price* masuk ke dalam atribut yang dimiliki oleh

restoran. Dalam jurnal oleh Liu dan Tse (2018), atribut restoran seperti *service quality*, *food quality*, dan *price* merupakan atribut yang akan dinilai oleh konsumen ketika bersantap di restoran. Cahyani (2016, hal. 2) mengatakan bahwa, “beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga”. Di mana kepuasan konsumen dapat menjadi perantara terhadap perilaku konsumen berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Namin (2017).

Food quality adalah kesesuaian yang dikonsumsi oleh konsumen. Semakin tinggi *food quality* maka semakin tinggi pula *customer satisfaction*. Faktor lain yang berpengaruh terhadap *customer satisfaction* adalah *service quality* yang secara sederhana merupakan ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diciptakan. Faktor *price* juga penting yang menjadi pertimbangan konsumen. Terkadang konsumen beranggapan bahwa dengan tingginya *price* belum tentu menjadi kepuasan bagi konsumen. Namun di satu sisi bahwa dengan memberikan *price* yang tinggi dianggap wajar selama sesuai dengan kualitas yang diberikan (Cahyani, 2016).

Dalam era kompetitif ini, memperkuat *customer satisfaction* dipandang sebagai masalah strategis utama bagi pelaku bisnis (Hanaysha, 2016). Restoran harus memfokuskan pada konsumen dengan menggunakan konsep pemasaran yang mengidentifikasi kebutuhan mereka sehingga dapat meningkatkan *customer satisfaction* (Pradhana et al., 2017,). *Behavioral intention* merujuk pada minat-minat seseorang untuk berperilaku ketika orang tersebut menerima perlakuan tertentu. Sebelum berperilaku, konsumen akan mengumpulkan informasi terlebih dahulu mengenai produk. Informasi tersebut akan didasarkan pada pengalaman pribadi maupun informasi yang didapat dari lingkungan sekitar. Ketika informasi telah terkumpul, maka konsumen dapat melakukan penilaian terhadap produk baik mengevaluasi dan dilanjutkan dengan niat perilaku setelah membandingkan produk serta mempertimbangkannya.

Hal ini membuat Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap cabang baru tersebut. Model penelitian yang akan diuji mengenai *service quality*, *food quality*, *price*, *customer satisfaction* dan *behavioral intention*. Berdasarkan latar belakang tersebut, menjadi alasan bagi Peneliti untuk melakukan penelitian berjudul “**PERAN ATRIBUT SERTA *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION*: STUDI PADA BURGERBAR DI JAKARTA.**”

B. PERTANYAAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang di atas maka pertanyaan penelitian dalam penulisan ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada konsumen di Lawless Burgerbar Menteng?
2. Apakah *food quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada konsumen di Lawless Burgerbar Menteng?
3. Apakah *price* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada konsumen di Lawless Burgerbar Menteng?
4. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *behavioral intention* pada konsumen di Lawless Burgerbar Menteng?
5. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *behavioral intention* pada konsumen di Lawless Burgerbar Menteng?
6. Apakah *food quality* berpengaruh terhadap *behavioral intention* pada konsumen di Lawless Burgerbar Menteng?
7. Apakah *price* berpengaruh terhadap *behavioral intention* pada konsumen di Lawless Burgerbar Menteng?

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* pada konsumen di Lawless Burgerbar Menteng.
2. Untuk menganalisis pengaruh *food quality* terhadap *customer satisfaction* pada konsumen di Lawless Burgerbar Menteng.
3. Untuk menganalisis pengaruh *price* terhadap *customer satisfaction* pada konsumen di Lawless Burgerbar Menteng.
4. Untuk menganalisis pengaruh *customer satisfaction* terhadap *behavioral intention* pada konsumen di Lawless Burgerbar Menteng.
5. Untuk menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *behavioral intention* pada konsumen di Lawless Burgerbar Menteng.
6. Untuk menganalisis pengaruh *food quality* terhadap *behavioral intention* pada konsumen di Lawless Burgerbar Menteng.
7. Untuk menganalisis pengaruh *price* terhadap *behavioral intention* pada konsumen di Lawless Burgerbar Menteng.

D. KEBARUAN PENELITIAN

Peneliti mengambil objek penelitian Lawless Burgerbar Menteng dikarenakan belum ditemukannya penelitian mengenai objek tersebut.

Tabel 1.1 Kebaruan Penelitian

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian
1.	Prasetyo dan Sunarti (2020)	Pengaruh kualitas makanan dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Tera Coffee & Resto Bekasi.	Kualitas makanan, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen.
2.	Pane <i>et al.</i> (2018)	Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan Sidempuan Medan.	Harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan.

Sumber : Data diolah Peneliti (2020)

Pada Penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo dan Sunarti (2020) bertujuan untuk mengetahui apakah Kualitas Makanan dan Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di TERA Coffee & Resto Bekasi. Penelitian ini menunjukkan bahwa $\text{sig F (0,000)} < \alpha = 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa variabel Kualitas Makanan (X1) dan Kualitas Layanan (X2) bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Penelitian oleh Pane *et al.* (2018) bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Oleh karena itu, Peneliti ingin memperluas model penelitian dengan menggunakan variabel *service quality*, *food quality*, *price*, *customer satisfaction* dan *behavioral intention*.

