

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

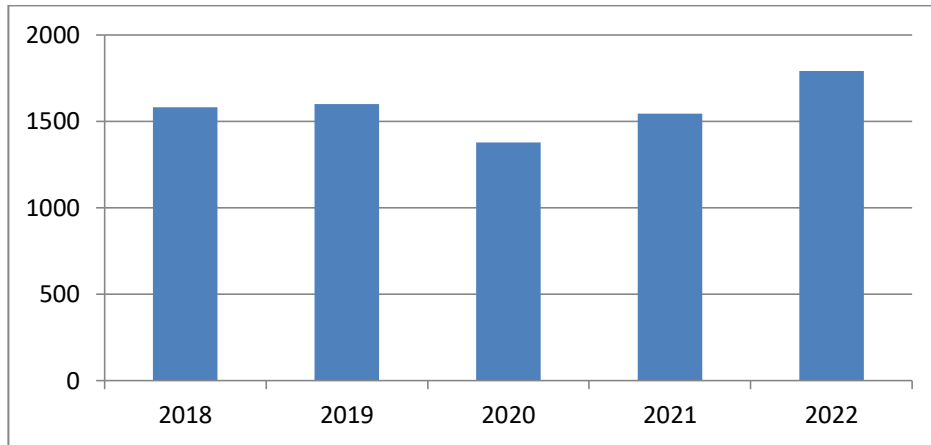
Indonesia merupakan negara yang memiliki keindahan alam dan keanekaragaman budaya. Pada segi keindahan alamnya dan letaknya yang sangat strategis serta banyak perbukitan, laut dan pegunungan yang indah. Kekayaan alam dan keberagaman bangsa Indonesia dapat menjadi daya tarik wisatawan baik lokal maupun asing. Menurut Badan Statistik (2023) kunjungan mancanegara Indonesia mencapai 1,06 juta kunjungan, dengan jumlah kenaikan sebesar 11,44 persen dibandingkan Mei 2023 dan naik 119,64 persen dibandingkan tahun lalu.

Salah satu provinsi yang memiliki potensi wisata yang besar adalah Sumatera Barat. Sumatera Barat memiliki destinasi wisata yang tidak kalah bagus untuk dikunjungi bisa sebagai tempat edukasi, belajar tentang sejarah selain itu masih banyak tempat-tempat wisata alam yang indah. Pariwisata merupakan salah satu pengelolaan sumber daya alam yang semestinya dilakukan, karena mempunyai sifat bermanfaat bagi kehidupan manusia dan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat yang melakukan pengembangan pariwisata tersebut. Salah satu wisata yang mendorong perekonomian Indonesia adalah wisata kuliner. Wisata kuliner merupakan bagian yang dapat menarik kedatangan pengunjung, karena kuliner dapat melengkapi perjalanan wisatawan pada suatu daerah (Siregar,

2013). Daerah Sumatera Barat memiliki beragam jenis kuliner yang dapat kita jumpai mulai itu dari yang modern sampai dengan yang tradisional.

Saat ini, industri kuliner yang melibatkan restoran dan rumah makan sedang mengalami perkembangan yang positif. Menurut Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, pada data yang dirilis pada tahun 2022 tercatat peningkatan pada bidang industri restoran dan rumah makan sekitar 3,68%. Angka ini menunjukkan kenaikan dibandingkan dengan tahun 2021 yang hanya mencapai 2,95% (CNBC Indonesia, 2023). Oleh karena itu, bisnis kuliner saat ini sangat diminati oleh para pengusaha.

Perkembangan gaya hidup masyarakat yang semakin maju mendorong kebiasaan pembelian makanan di restoran, baik sebagai langkah efisien maupun sarana untuk bersantai. Restoran juga berfungsi sebagai tempat pertemuan bisnis, acara spesial keluarga, rekan-rekan, dan berbagai kesempatan lainnya. akan tetapi bisnis restoran juga sangat rentan, terutama terhadap isu keberlanjutan dalam menjaga konsistensi rasa, mutu, dan layanan. Diharapkan bahwa dengan memahami lebih dalam keinginan dan kebutuhan konsumen, akan muncul masukan berharga bagi produsen untuk merancang strategi pemasaran yang cocok dengan kondisi pasar, dengan tujuan menciptakan kepuasan. Berikut ini adalah data mengenai pertumbuhan restoran dan rumah makan yang ada di provinsi Sumatera Barat.



**Gambar 1.1 Jumlah Restoran dan Rumah Makan di Sumatera Barat**

Sumber : Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Sumatera Barat 2023

Pada gambar 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah dari restoran dan rumah makan yang ada di Sumatera Barat mengalami fluktuasi sepanjang waktu. Penurunan dan peningkatan terjadi secara bergantian hingga saat ini. Penurunan jumlah restoran pada tahun 2020 disebabkan oleh adanya pandemi Covid-19. Selama periode ini, penjualan makanan di restoran dan rumah makan mengalami penurunan karena masyarakat hanya diizinkan untuk membawa pulang makanan dan minuman yang di beli. Larangan makan di tempat ini berdampak kepada pelaku UMKM yang mengharuskan untuk beradaptasi dengan teknologi digital guna bertahan. Namun, situasi ini mulai membaik sekarang seiring dengan penyebaran vaksinasi yang lebih luas. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2021, pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) dalam data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2021, pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) dalam dunia industri mencapai 2,54 persen. Angka ini menunjukkan peningkatan

dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang hanya sebesar 1,58 persen. Pertumbuhan sektor kuliner dan restoran juga tercatat mengalami peningkatan dalam setahun terakhir dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Pada saat ini banyak pebisnis yang membuka usaha kuliner dan restoran dengan berbagai macam suguhan terbaik yang akan mereka berikan kepada pelanggannya, seperti cara pebisnis memberikan wadah untuk konsumen bertukar informasi dengan restoran, inovasi berbeda yang dilakukan, interior yang menarik, tata letak ruang yang eksotis demi menarik pelanggan dan bersaing dengan sesama kompetitornya serta dengan restoran dengan pemandangan alam yang indah akan membuat daya tarik terhadap konsumen.

Restoran dengan pemandangan alam sebagai daya tarik konsumen adalah konsep yang populer dalam industri restoran. Konsep ini berfokus pada menyajikan makanan dan minuman yang lezat sambil memberikan pengalaman visual yang menakjubkan melalui pemandangan alam yang indah. Ini adalah cara untuk menciptakan suasana yang unik dan menyenangkan bagi para pelanggan, serta menambah nilai tambah pada pengalaman makan mereka. Restoran dengan pemandangan alam dapat menjadi tempat yang menarik bagi pelanggan yang ingin menggabungkan pengalaman makan yang luar biasa dengan keindahan alam. Ini bertujuan untuk memberikan keunggulan dan membedakan mereka dari usaha makanan lainnya.

Restoran dijadikan tempat bersantai bagi beberapa kalangan baik itu remaja maupun orang tua, baik itu untuk mengerjakan tugas, mengadakan rapat hingga acara bersama keluarga dan terus bersaing untuk memberikan layanan dan fasilitas optimal dengan desain interior yang modern, sehingga menarik minat dan kenyamanan bagi para konsumen. Hal tersebut dapat membuat para konsumen akan datang kembali dan puas untuk menikmati layanan dari personalnya serta nyaman yang didapat dari tempat itu sendiri.

Semakin banyaknya para pebisnis membuka tempat makan, situasi ini menuntut para pelaku usaha untuk bersikap kreatif dan inovatif dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, sehingga kondisi ini menghasilkan persaingan yang lebih intens dalam merebut dan mempertahankan konsumen. Beberapa langkah yang bisa diambil dalam memenangkan hati konsumen dengan menjaga identitas dan karakteristik unik dari merek, secara rutin mengembangkan ide-ide baru, memberikan pengalaman istimewa kepada konsumen, secara aktif melaksanakan kegiatan promosi, serta terus memperluas jangkauan gerai (Sulistiowati, 2019). Serta dengan menyajikan makanan dan minuman yang lezat dengan memberikan pengalaman visual yang menakjubkan melalui pemandangan alam yang indah juga akan menjadi salah satu pengalaman yang unik bagi pelanggan dan menjadi nilai tambah bagi pelanggan itu sendiri. Dengan cara ini, mereka dapat membuat keputusan apakah akan membeli serta menikmati makanan dan minuman yang tersedia di restoran tersebut.

Adapun salah satu restoran yang banyak dikunjungi karena view pemandangan yang indah saat ini di Sumatera Barat adalah restoran iiBumi. Restoran iiBumi ini resmi dibuka pada awal tahun 2022 yang terletak di Jl. Lintas Barat Sumatera, Guguak, Kec. 2 X 11 Kayu Tanam, Kabupaten Padang Pariaman. Dengan lokasi itu, restoran iiBumi memiliki daerah yang cukup strategis karena berada di salah satu jalur lintas provinsi. Dengan begitu, akan banyak para wisatawan yang akan berkunjung kesana, baik itu yang dari arah Pekanbaru, Payakumbuh, atau Bukittinggi maupun dari Kota Padang. Bahkan banyak warga Kota Padang terutama kaum milenial pergi hanya untuk mengunjungi tempat kuliner yang sedang hits tersebut dikarenakan jarak dari Kota Padang ke iiBumi yang tidak terlalu jauh.

Dengan lokasinya yang unik yaitu berada di pinggiran tebing sekitaran wilayah asri dengan pemandangan hamparan bukit serta udara yang sejuk dan memiliki konsep yang tidak biasa membuat objek ini cukup ramai dikunjungi sampai saat sekarang ini. Restoran iiBumi juga tidak terlepas dari dampak domino terhadap perkembangan Malibo Anai dan kampanye pariwisata yang dilakukan oleh sekitaran daerah Kabupaten Padang Pariaman maupun Kabupaten Agam. Sehingga hal tersebut akan mendatangkan wisatawan lebih banyak lagi, maka akan berdampak pada sektor-sektor UMKM lainnya, termasuk restoran iiBumi ini.

Restoran iiBumi itu sendiri harus terus mencari strategi untuk dapat menarik konsumen seperti memperhatikan mengenai kepuasan konsumen. Suasana

restoran yang nyaman dan menyenangkan mempengaruhi emosi konsumen terhadap restoran tersebut. Seringnya, konsumen mencari pengalaman yang mengesankan jauh dari rumah dan lingkungan fisik yang dapat memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman yang tak terlupakan (Gagic dkk, 2013). Menurut Petzer dan Mackay (2014) menyatakan bahwa kualitas makanan (*food quality*) dan suasana restoran (*dining atmosphere*) merupakan faktor penting pembentuk kepuasan pelanggan.

*Store atmosphere* yang baik dapat mendatangkan rasa nyaman pada pelanggan, sehingga membuat pelanggan loyal (Berman & Evans, 2017). *Store atmosphere* bisa menjadi alternatif untuk membedakan cafe yang satu dengan yang lainnya. Perbedaan diperlukan karena dari setiap bisnis pasti didapati produk yang serupa dengan harga yang berkisar beda tipis bahkan sama. Adapun *store atmosphere* yang dimiliki oleh restoran iiBumi itu sendiri yaitu pada siang hari pengunjung dapat menikmati pemandangan alam yang indah dengan panorama bukit yang ada disekitar restoran dan *atmosphere* pada malam hari tidak kalah indah nya dengan desain yang unik terhadap gedung-gedung yang ada di restoran iiBumi itu sendiri serta lampu-lampu di tiap gedung. Sehingga *atmosphere* bisa menjadi alasan lebih bagi konsumen untuk tertarik dan memilih dimana ia akan berkunjung dan membeli.

Perusahaan saling berkompetisi dalam upaya mencapai peningkatan penjualan salah satu factor nya, yakni Konsep kualitas produk (*food quality*) suatu totalitas yang memiliki karakteristik dari produk atau jasa yang dapat menunjukkan



sebuah ukuran yang melihat seberapa tinggi tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang mereka gunakan serta berapa lama kepercayaan itu dapat bertahan (Maryati & Khoiri, 2022). Pentingnya bagi perusahaan agar terus meningkatkan kualitas produk dan layanan yang mereka tawarkan, karena peningkatan kualitas ini mampu menghasilkan kepuasan pelanggan terhadap produk yang di terima yang nantinya akan berpengaruh terhadap keputusan konsumen.

Selain dari kualitas produk (*food quality*), dan *atmosphere*, pengalaman konsumen (*emotional experience*) juga merupakan salah satu hal yang harus di perhatikan oleh perusahaan. Pengalaman emosional (*emotional experience*) dari para pengunjung restoran merupakan komponen penting dalam upaya menciptakan kepuasan pelanggan serta membina hubungan jangka panjang dengan mereka. Pengalaman konsumen (*emotional experience*) yang bersifat emosional merupakan aspek yang sangat kompleks, dinamis, dan seringkali sulit untuk diartikan sepenuhnya. Mengukur pengalaman emosional (*emotional experience*) konsumen memiliki tujuan utama untuk memahami jenis pengalaman yang diinginkan oleh konsumen itu sendiri. Tujuannya adalah agar pemahaman ini dapat berkontribusi pada penumbuhan loyalitas yang lebih kuat dari para konsumen, dengan harapan bahwa hubungan yang kuat ini dapat terjalin secara berkelanjutan.

Keseluruhan pengalaman mencerminkan bagaimana persepsi konsumen terhadap tawaran yang disediakan oleh suatu entitas (Cantalops dkk, 2018).



Definisi pengalaman emosional (*emotional experience*) menurut Chen dan Lin (2015), adalah penilaian yang mampu memicu dan menggerakkan konsumen, dengan kata lain pengalaman ini muncul akibat interaksi antara konsumen dan perusahaan, baik dalam aspek fisik maupun emosional.

Seseorang cenderung lebih mempercayai informasi yang berasal dari pengalaman konsumen lain daripada dari iklan yang ada. Cerita-cerita berdasarkan pada pengalaman emosional konsumen yang telah membeli produk cenderung lebih menarik dan berpotensi memengaruhi orang lain untuk mencoba produk tersebut, terutama apabila cerita tersebut berasal dari orang yang dikenal seperti anggota keluarga, teman, sahabat, dan lainnya (Carvalho dkk, 2019). Hal ini juga berlaku untuk restoran iiBumi, konsumen yang merasakan pengalaman emosional positif cenderung berbagi pengalaman mereka melalui ulasan di platform seperti Instagram atau jejaring sosial lainnya. Ketika mereka merasa puas, hal ini dapat memengaruhi minat konsumen lain untuk tertarik pada produk yang sama.

Berdasarkan penjelasan dalam latar belakang ini, penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Food Quality, Atmosphere* dan *Emotional Experience* terhadap *Customer Satisfaction* pada Restoran iiBumi”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat ditemukan rumusan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah *food quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada restoran iiBumi?
2. Apakah *atmosphere* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada restoran iiBumi?
3. Apakah *emotional experience* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada restoran iiBumi?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *food quality* terhadap *customer satisfaction* pada restoran iiBumi.
2. Untuk mengetahui pengaruh *atmosphere* terhadap *customer satisfaction* pada restoran iiBumi.
3. Untuk mengetahui pengaruh *emotional experience* terhadap *customer satisfaction* pada restoran iiBumi.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat di ambil beberapa manfaat antara lain:

### 1. Bagi Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman dan pengetahuan, serta menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam konteks praktis dan teoritis. Selain itu, penelitian ini dapat mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan, terutama dalam hal yang berkaitan dengan pengaruh *food quality*, *atmosphere* dan *emotional experience* terhadap *customer satisfaction* pada restoran iiBumi.

### 2. Bagi Masyarakat

Manfaat dari hasil penelitian ini bagi masyarakat atau pihak lain diharapkan dapat menjadi referensi yang berguna dalam usaha mengatasi masalah atau bagi peneliti lain yang melakukan penelitian serupa mengenai pengaruh *food quality*, *atmosphere* dan *emotional experience* terhadap *customer satisfaction* pada restoran iiBumi.

## 1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dari penelitian ini mencakup analisis mengenai dampak dari *food quality*, *atmosphere* dan *emotional experience* terhadap *customer satisfaction* pada restoran iiBumi. Penelitian ini difokuskan pada konsumen yang telah mengunjungi restoran iiBumi sebelumnya.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematis penulisan.

### **BAB II TINJAUAN LITERATUR**

Dalam bab ini akan menjelaskan tentang teori yang berkaitan dengan landasan teori, tinjauan penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis dan kerangka konseptual penelitian

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini akan mengkaji mengenai desain penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, sumber data, metode pengumpulan data, variabel dan pengukuran variabel, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini akan membahas tentang hasil penelitian yang terdiri dari gambaran umum objek penelitian, karakteristik responden dan deskripsi variabel.

## **BAB V: PENUTUP**

Dalam bab ini berisikan tentang ringkasan dan rekomendasi terhadap hasil yang ditujukan kepada pihak yang memiliki kepentingan jangka panjang, serta diikuti oleh bagian penutup penelitian yang mencakup daftar referensi.

