

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Kebutuhan manusia merupakan segala sesuatu yang diperlukan manusia terhadap benda atau jasa yang dapat memberikan kepuasan dan kemakmuran kepada manusia itu sendiri, baik kepuasan jasmani maupun kepuasan rohani (Zainur, 2020). Secara garis besar kebutuhan utama manusia adalah sandang, pangan, dan papan (Ernawati dan Rusdiana, 2020). Pangan merupakan makanan yang dapat dikonsumsi oleh manusia, untuk bertahan hidup manusia memerlukan makanan sebagai sumber energi dalam melakukan segala aktivitasnya (Lestari, 2020). Dilansir dari caritra.org, dengan semakin meningkatnya jumlah penduduk di Indonesia maka kebutuhan akan makanan (pangan) juga akan terus meningkat, sehingga dapat menciptakan peluang bisnis yang menjanjikan. Bisnis makanan dapat dikatakan sebagai salah satu bisnis yang menjanjikan karena selalu diminati oleh masyarakat dan memiliki peluang tinggi meraup keuntungan yang besar (Lusiana, 2023). Bersumber dari djkn.kemenkeu.go.id, industri pengolahan makanan dan minuman di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun 2020 ke 2021 sebesar 2,54% menjadi Rp 775,1 triliun.

| Jumlah Rumah Makan/Restoran di Provinsi Jawa Timur Menurut Kabupaten/Kota, 2014-2018 |              |              |              |              |              |
|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Kabupaten/Kota                                                                       | 2014         | 2015         | 2016         | 2017         | 2018         |
| <b>Kota</b>                                                                          |              |              |              |              |              |
| Kediri                                                                               | 35           | 25           | 25           | 25           | 35           |
| Blitar                                                                               | 41           | 34           | 34           | 22           | 22           |
| Malang                                                                               | 173          | 707          | 707          | 707          | 1028         |
| Probolinggo                                                                          | 17           | 21           | 21           | 35           | 34           |
| Pasuruan                                                                             | 26           | 90           | 90           | 53           | 30           |
| Mojokerto                                                                            | 14           | 14           | 14           | 11           | 10           |
| Madiun                                                                               | 38           | 27           | 27           | 13           | 17           |
| Surabaya                                                                             | 383          | 713          | 790          | 1083         | 1341         |
| Batu                                                                                 | 30           | 43           | 43           | 43           | 48           |
| <b>Jawa Timur (Kota dan Kabupaten)</b>                                               | <b>1 706</b> | <b>2 930</b> | <b>3 007</b> | <b>3 432</b> | <b>4 169</b> |

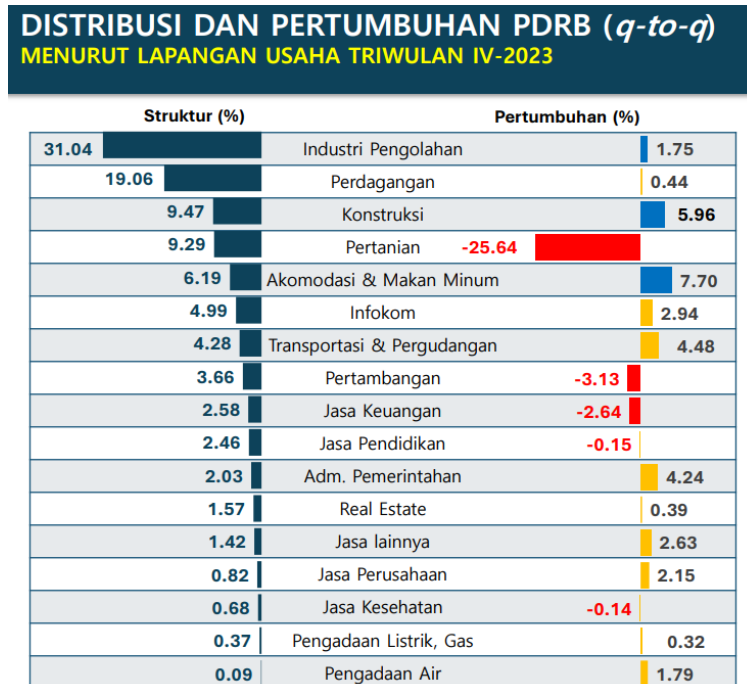
Sumber: *jatim.bps.go.id* (2019)

Gambar 1.1

Jumlah Rumah Makan/Restoran di Provinsi Jawa Timur Menurut Kabupaten/Kota, 2014-2018

Gambar 1.1 memberikan informasi bahwa jumlah restoran dan rumah makan di Jawa Timur pada tahun 2014-2018 terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2018 terdapat 4169 unit rumah makan/restoran yang ada di provinsi Jawa Timur, sedangkan untuk kota Surabaya sendiri berjumlah 1341 unit.

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



Sumber: [kominfo.jatimprov.go.id](http://kominfo.jatimprov.go.id) (2023)

**Gambar 1.2**

### Distribusi dan Pertumbuhan Pdrb (Q-To-Q) Menurut Lapangan Usaha Triwulan IV-2023

Statistik yang terdapat pada gambar 1.2 memberikan informasi bahwa pertumbuhan tertinggi ekonomi di Jawa Timur pada tahun 2023 terjadi pada sektor lapangan usaha penyediaan makan minum yang meningkat sebesar 7.70 persen. Dilansir dari [djkn.kemenkeu.go.id](http://djkn.kemenkeu.go.id), peningkatan ini membuat industri pengolahan makanan dan minuman menjadi sektor industri yang dapat dikatakan paling matang di Indonesia apabila dilihat dari jumlah bisnis yang bersaing di dalamnya. Bisnis kuliner sendiri berdasarkan karakteristik dan produk yang dijual dapat dibagi menjadi 12 jenis yaitu restoran, kafe (*cafe*), pub, kantin, *food court*, bistro, *brasserie*, *hawker center*, *patisserie*, *drive-thru / drive-in*, *pizzeria*, *tea house* (rumah teh), dan kafetaria (Motik, 2023). Menurut Nugroho (2023), terdapat beberapa jenis restoran berdasarkan produk yang disediakan antara lain *fine dining restaurant*, *casual restaurant*, *fast food restaurant*, dan *ethnic restaurant*. *Ethnic restaurant* adalah restoran yang menyediakan tradisi kuliner, bahan, dan teknik budaya mengolah makanan dari sebuah wilayah tertentu (Nguyen, 2024). *Ethnic restaurant* di Indonesia memiliki banyak ragam jenis yang mewakili masing-masing tradisi, salah satunya adalah restoran yang mengusung tema bangunan dan menu makanan yang disediakan berdasarkan tradisi etnis Tionghoa atau biasa disebut dengan *Chinese Food* (Adhimas, *et al.*, 2023). Dilansir dari [expedia.co.id](http://expedia.co.id)

terdapat banyak restoran di Surabaya yang mengusung tema tradisi etnis Tionghoa, salah satunya adalah Moi Village Surabaya Barat. Restoran Moi Village Surabaya Barat mengusung tema etnis Tionghoa mulai dari dekorasi bangunannya hingga menu makanan dan minuman yang disediakan. Namun seiring dengan berjalannya triwulan pertama 2024, Moi Village Surabaya Barat mengalami penurunan dalam segi jumlah pengunjung.



Sumber: Internal Moi Village (6 April 2024)

**Gambar 1.3**

### Jumlah Pengunjung Moi Village 2024 dan 2023

Gambar 1.3 memberikan informasi bahwa Moi Village Surabaya Barat mengalami penurunan pada triwulan pertama tahun 2024 apabila dibandingkan dengan triwulan pertama pada tahun 2023. Menurut Khong dan Tandiwan (2024) jumlah pelanggan yang menurun dapat mengindikasikan bahwa pelanggan merasa tidak mendapatkan nilai lebih dari restoran dan tidak puas dengan restoran tersebut. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat memengaruhi kemajuan suatu usaha. Jika konsumen puas terhadap produk yang dipasarkan maka konsumen akan melakukan pembelian ulang sehingga konsumen dapat dikatakan sebagai pelanggan yang loyal (Rahmi, *et al.*, 2024). Pebisnis banyak melakukan cara atau strategi agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan secara maksimal, dan melayani dengan sebaiknya, karena tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas kepada konsumen dalam sebuah persaingan (Tandra, *et al.*, 2021). Diharapkan dengan adanya kepuasan pelanggan, dapat meningkatkan kelangsungan hidup sebuah perusahaan dan mampu menghasilkan laba, karena sebuah perusahaan yang mampu memuaskan kebutuhannya akan tetapi tidak mampu menghasilkan laba tidak mungkin akan tetap bertahan dan bisa berkembang (Lina, 2018). Terdapat beberapa faktor yang dapat membentuk kepuasan pelanggan, yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, *brand image*, promosi, *store atmosphere*, persepsi harga, dan lokasi. (Junior, *et al.*, 2019); (Asti dan Ayuningtyas, 2020); (Chaniago, 2020); (Dahlioni dan Ahwal, 2021); (Fatimah, *et al.*, 2022); (Hidayati, *et al.*, 2024).

Salah satu faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan adalah *store atmosphere* (Efendi, *et al.*, 2023). Suasana toko (*store atmosphere*) yang bagus dan menarik tentu dapat memberikan kesan positif bagi konsumen, sehingga dapat memengaruhi kepuasan bagi pelanggan (Fauzi dan Amri, 2024). Ada beberapa upaya bagi pelaku komersil untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan, salah satunya yaitu suasana toko (*store atmosphere*) (Tambun, *et al.*, 2023). Menurut Waha, *et al.* (2023) adanya *store atmosphere* yang baik mendukung tercapainya kepuasan pelanggan. Ditemukan adanya *research gap* dalam variabel ini yang menyatakan bahwa *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Sasmitha, *et al.*, 2022); (Efendi, *et al.*, 2023); (Rahmi, *et al.*, 2024). Sedangkan dalam penelitian lain menyatakan bahwa *store atmosphere* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Rijali dan Rahmawati, 2022); (Baskara, *et al.*, 2023)

Selain *store atmosphere*, salah satu hal lain yang mendorong kepuasan pelanggan adalah *brand image* (Fatimah, *et al.*, 2022). Semakin baik *brand image* suatu produk, maka akan berdampak pula pada kepuasan pelanggan (Hidayati, *et al.*, 2024). Pentingnya *brand image* ditunjukkan dengan fakta bahwa konsumen akan memilih produk yang pernah mereka dengar, baik dari pengalaman pribadi dengan produk tersebut maupun dari informasi yang bersumber dari media (Rumaidlany, *et al.*, 2022). *Research gap* juga dapat ditemukan dalam variabel *brand image*, dimana dalam penelitian menyatakan bahwa *brand image* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Wandira dan Hadian, 2022); (Efendi, *et al.*, 2023); (Hidayati, *et al.*, 2024). Sedangkan dalam penelitian lain mengungkapkan bahwa *brand image* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. (Junior, *et al.*, 2019); (Kurniawati, *et al.*, 2019)

Faktor lain yang memengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan (Cesariana, *et al.*, 2021). Bisnis harus dapat memberikan tingkat pelayanan yang baik kepada konsumen sehingga konsumen merasakan kepuasan sesuai dengan yang diharapkan (Irfan, 2019). Bisnis harus berkonsentrasi pada meningkatkan kualitas layanan untuk menjaga kepuasan pelanggan dan mempertahankan pelanggan mereka (Gita *et al.*, 2023). Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan (Panjaitan dan Yuliati, 2016). Ditemukan adanya *research gap* dalam variabel kualitas pelayanan dimana dalam sebuah penelitian mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Purwati dan Hamzah, 2019); (Cesariana, *et al.*, 2021); (Yansha dan Simajorang, 2024). Sedangkan dalam penelitian lain mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Tresiya, *et al.*, 2018); (Safavi dan Hawignyo, 2021).

Terdapat pula faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu kualitas produk (Mirella, *et al.*, 2022). Kualitas produk dapat menjadi salah satu faktor dalam kepuasan pelanggan karena dengan adanya kualitas produk yang baik maka akan memunculkan rasa puas tersendiri bagi pelanggan (Maharani dan Alam, 2022). Pelanggan akan puas apabila kualitas produk yang diberikan suatu restoran melebihi dengan apa yang diharapkan (Ningtias dan Paludi, 2023). Dapat ditemui adanya *research gap* dalam penelitian terdahulu terkait dengan variabel kualitas



produk. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Silvia dan Arifiansyah, 2023); (Trianti, *et al*, 2024); (Dalilah dan Prawoto, 2023) sedangkan dalam penelitian lainnya menyatakan sebaliknya dimana kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Izzuddin dan Muhsin, 2020); (Santoso, 2019)

Berdasarkan uraian latar belakang di atas serta ditemukan adanya *research gap* dari keempat variabel tersebut terhadap kepuasan pelanggan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan menggunakan judul **“Pengaruh *Store Atmosphere*, *Brand Image*, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Moi Village Surabaya Barat”**.

## 2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, maka peneliti menetapkan rumusan masalah yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di restoran Moi Village Surabaya Barat?
- 2. Apakah *brand image* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di restoran Moi Village Surabaya Barat?
- 3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di restoran Moi Village Surabaya Barat?
- 4. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di restoran Moi Village Surabaya Barat?

## 3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan penelitian di atas, maka tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan di restoran Moi Village Surabaya Barat.
- 2. Untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap kepuasan pelanggan di restoran Moi Village Surabaya Barat.
- 3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di restoran Moi Village Surabaya Barat.
- 4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di restoran Moi Village Surabaya Barat.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian yang dilakukan ini, maka peneliti berharap agar dapat memberikan sebuah manfaat bagi pihak – pihak yang membutuhkan secara teoritis hingga praktis, beberapa diantaranya sebagai berikut :

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

#### 1. Bagi Peneliti

Kegiatan dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai menambah wawasan ilmu pengetahuan baru dan juga koleksi referensi sumber bacaan yang mempunyai kaitan dengan topik yang serupa, yaitu pengaruh *store atmosphere*, *brand image*, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga dapat bermanfaat bagi peneliti agar dapat menerapkan ilmu-ilmu yang sudah didapatkan serta mengaplikasikannya dalam kegiatan perkuliahan maupun dalam kehidupan sehari-hari.





## 2. Bagi Pembaca

Dapat digunakan sebagai wawasan, informasi, serta pengetahuan baru mengenai topik pengaruh *store atmosphere*, *brand image*, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Moi Village Surabaya Barat.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

Bagi Moi Village Surabaya Barat

Penelitian yang dilakukan diharapkan bisa menjadi analisis tolak ukur Restoran Moi Village Surabaya Barat untuk melakukan suatu strategi pemasaran kepada para konsumen serta calon konsumen dan mempertahankan eksistensinya di bisnis bidang *f&b* mengenai *store atmosphere*, *brand image*, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

