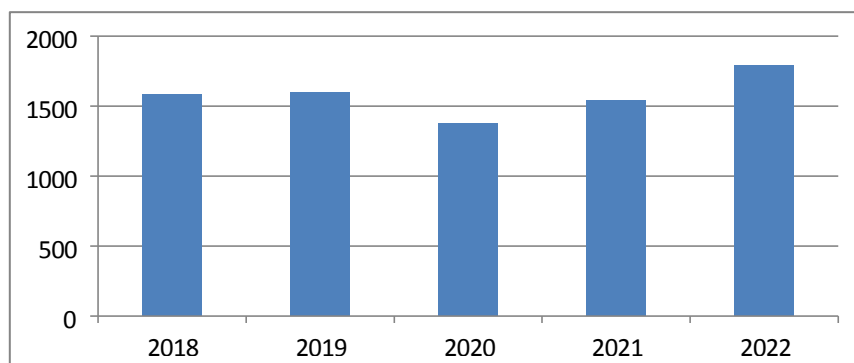


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

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



Sumber : Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Sumatera Barat
2024

Gambar 1.1 Pengunjung Restoran dan Rumah Makan di Sumatera Barat

Pada gambar 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah dari restoran dan rumah makan yang ada di Sumatera Barat mengalami fluktuasi sepanjang saat.

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 pada restoran serta rumah makan mengalami penurunan sebab masyarakat hanya diizinkan untuk membawa pulang makanan dan minuman yang dibeli. Namun, situasi ini mulai membaik sekarang seiring dengan penyebaran vaksinasi yang lebih luas.

Kepuasan pelanggan merupakan kunci utama pada industri restoran, menjadi indikator keberhasilan yang dapat menentukan keberlanjutan bisnis. Restoran Iibumi yang terletak di Kabupaten Padang Pariaman menghadapi tantangan buat memenuhi harapan pelanggan dalam tiga aspek penting: kualitas makanan, suasana restoran, dan pengalaman emosional. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana ketiga faktor ini berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada restoran tersebut.

Kualitas makanan adalah salah satu elemen paling mendasar yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Makanan yang berkualitas tinggi bisa menarik pelanggan dan menciptakan loyalitas jangka panjang. Menurut jurnal terbaru "Impact of Food Quality on Customer Satisfaction in Restaurants" oleh J. Smith dan R. Jones (2022), kualitas makanan berhubungan langsung dengan kepuasan pelanggan dan keputusan buat kembali. Oleh karena itu, restoran Iibumi perlu memastikan bahwa setiap hidangan yang disajikan memenuhi standar tinggi.

Suasana restoran juga merupakan faktor penting dalam membangun pengalaman bersantap yang menyenangkan. Atmosphere yang nyaman dapat menaikkan persepsi pelanggan terhadap restoran. Dalam buku "Creating the Perfect Restaurant Atmosphere" karya A. Brown (2021), penulis menjelaskan bahwa elemen desain interior, pencahayaan, serta kebersihan sangat memengaruhi pengalaman pelanggan. Dengan membangun suasana yang menarik, restoran Iibumi bisa meningkatkan kepuasan dan menarik lebih banyak pelanggan.

Pengalaman emosional pelanggan selama berada pada restoran sering kali diabaikan, meskipun sangat penting. Penelitian oleh M. Nguyen dan S. Lee (2023) dalam jurnal "Emotional Connections in Restaurant Experiences" menunjukkan bahwa pengalaman emosional yang positif bisa menaikkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Interaksi yang baik dengan staf, suasana yang menyenangkan, serta makanan yang memuaskan bisa menciptakan pengalaman emosional yang mendalam bagi pelanggan pada restoran Iibumi.

Di Kabupaten Padang Pariaman, persaingan pada sektor restoran semakin meningkat. Pelanggan kini memiliki banyak pilihan, sehingga penting bagi restoran Iibumi untuk memahami dan mengelola faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan mereka. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kombinasi kualitas makanan, suasana, serta pengalaman emosional dapat menciptakan nilai tambah bagi pelanggan, yang berujung pada loyalitas dan rekomendasi dari mulut ke mulut.

fenomena ini semakin relevan mengingat perubahan perilaku konsumen pasca-pandemi. Pelanggan kini tidak hanya mencari makanan yang enak, namun juga pengalaman bersantap yang nyaman dan menyenangkan. Dalam buku "Consumer Behavior in the New Normal" oleh L. Taylor (2022), dijelaskan bahwa preferensi pelanggan telah berubah dan pentingnya menciptakan pengalaman yang holistik buat menarik pelanggan di era baru ini.

Restoran Iibumi perlu melakukan survei buat mengukur tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan ketiga faktor tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang jelas bagi pengelola restoran dalam meningkatkan kualitas layanan dan menciptakan pengalaman bersantap yang lebih baik. Dengan memahami pengaruh kualitas makanan, suasana, dan pengalaman emosional, restoran Iibumi dapat membedakan dirinya dari kompetitor.

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). 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”**

<u>Tanggal</u>	<u>Customer Satisfaction</u> <u>(Y)</u>	<u>Food Quality</u> <u>(X1)</u>
	<u>Jumlah Pengunjung</u>	<u>Kepuasan Makanan</u> <u>(1-10)</u>
29/11/2024	Total Pengunjung Bulanan : 6.000 orang	Total Skor :
	Akhir Pekan	8+7+8+8+8+9+8+8+9+8
	(Sabtu & Minggu) : 800 orang	+9+9+8+8+9+9+8+8+7+
	Hari Kerja : 700 orang	8+8+8+7+9+9+9+9+8+8
	Rata-rata Pengunjung Harian : 400 orang	+8 = 247
	Hari Senin - Jumat : 30 orang	Jumlah Responden : 30
	Hari Sabtu - Minggu : 70 orang	Rata-rata = 247 / 30 = 8.23

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung dan Kepuasan Makanan

Berdasarkan Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung dan Kepuasan Makanan terdapat Total Pengunjung Bulanan 6.000 orang, pada akhir pekan hari sabtu dan minggu terdapat 800 orang pengunjung IiBumi, pada hari kerja terdapat 700 orang pengunjung IiBumi. Rata-rata Pengunjung Harian pada restoran IiBumi pada hari Senin sampai hari Jum'at terdapat 30 orang pengunjungnya, pada hari Sabtu dan Minggu terdapat 70 orang pengunjung restoran IiBumi.

Kepuasan Makanan memakai rate 1-10 dari pernyataan penelitian awal terdapat 30 responden mengisi pernyataan dengan Total Skor dari responden 247 dari hasil yang diteliti, dengan Jumlah Responden 30 responden, serta Rata-rata dari Kepuasan Makanan dengan Total Skor dan Jumlah Responden 8.23 dari hasil penelitian ini.

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?
4. Apakah berpengaruh simultan antara *food quality*, *atmosphere*, dan *emotional experience* 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.
4. Untuk mengetahui pengaruh *food quality*, *atmosphere*, dan *emotional experience* secara simultan 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 bisa perluas pemahaman serta pengetahuan, serta menerapkan pengetahuan yang diperoleh pada konteks praktis serta secara teoritis. Selain itu, penelitian ini bisa menerapkan ilmu yang sudah diperoleh selama perkuliahan, terutama dalam hal yang berkaitan dengan dampak kualitas makanan, suasana dan pengalaman emosional terhadap kepuasan pelanggan pada restoran iiBumi.

2. Bagi Masyarakat

Manfaat dari hasil penelitian ini bagi masyarakat atau pihak lain diperlukan dapat sebagai referensi yang berguna dalam usaha mengatasi masalah atau bagi peneliti lain yang melakukan penelitian serupa mengenai pengaruh kualitas makanan, suasana dan pengalaman emosional terhadap kepuasan pelanggan di restoran iiBumi.

1.5 Batasan Penelitian

Ruang lingkup dari penelitian ini meliputi analisis tentang akibat dari kualitas makanan, suasana serta pengalaman emosional terhadap kepuasan pelanggan di restoran iiBumi. Penelitian ini terfokus dikonsumenten yang sudah mengunjungi restoran iiBumi sebelumnya