

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata merupakan sebuah perkembangan sosial, budaya, serta ekonomi, dimana seseorang melakukan perjalanan keluar dari lingkungannya baik itu negara maupun tempat dengan tujuan pribadi ataupun bisnis (UN Tourism). Menurut Earlike *et al.*, (2022) komponen pariwisata memiliki sepuluh komponen antara lain *awareness, attractiveness, availability, access, appreciation, assurance, activities, appearance, action, dan accountability*. Komponen-komponen tersebut diperlukan dalam menunjang keberhasilan pariwisata yang harus dilakukan oleh pelaku usaha maupun pemerintah setempat dalam menunjang keberhasilan suatu objek wisata.

Kota Bandung yang mana ialah pusat pemerintahan provinsi Jawa Barat yang dimana letaknya sangatlah strategis berada di dataran tinggi dan dekat dengan wilayah metropolitan. Hal tersebut membuat Kota Bandung menjadi tujuan salah satu destinasi wisata. Biasanya pengunjung yang datang ke Kota Bandung berasal dari daerah Jabodetabek yang dimana wisatawan yang berasal dari sana hanya ingin melepaskan penat dari hiruk pikuk wilayah metropolitan. Wilayah Kota Bandung biasanya sangat padat dan ramai di akhir pekan. Bandung menjadi pusat tujuan wisata karena wilayahnya yang mudah dijangkau dan kotanya sangat nyaman.

Tabel 1.1  
Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Kota Bandung

Jenis Wisatawan	Tahun		
	2021	2022	2023
Wisatawan Mancanegara	33.961	37.285	38.570
Wisatawan Domestik	4.973.649	6.546.960	7.713.937
<b>Jumlah</b>	<b>5.007.610</b>	<b>6.584.245</b>	<b>7.752.507</b>

Sumber: (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, 2024)

Tabel 1. memperlihatkan bahwa total jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Bandung pada tahun 2022 nilai persentase tercatat sebesar 31.48% dan pada

tahun 2023, nilai ini mengalami penurunan menjadi 17.74%, hal ini menunjukkan adanya penurunan persentase kunjungan wisatawan ke Kota Bandung sebesar 13.74%.

Ber macam-macam jenis wisata bisa ditemui di Kota Bandung. Namun, Kota Bandung identik dengan salah satu wisata yaitu wisata kuliner. Wisata kuliner merupakan suatu aktivitas yang meliputi menikmati makanan khas daerah sebagai bagian dalam pengalaman berwisata (Sunaryo, 2019). Kuliner Kota Bandung terkenal dengan kelezatannya kulinernya dan variasi makanannya yang sangat melimpah. Berbagai jenis makan juga dapat ditemui di sini bukan hanya makanan-makanan local saja melainkan *Asian Food* pun dapat ditemui disini seperti *Japanese* dan *Chinese food* sangat mudah ditemui di restoran-restoran maupun di pinggir jalan.

Usaha kuliner dapat bertahan dan juga berkembang tidak terlepas dari beberapa faktor yang dapat menjadikannya sebagai persepsi konsumen dalam menikmati produk yang dihidangkan dari usaha tersebut karena persepsi konsumen karena dapat mempengaruhi keputusan pembelian (Fadhila *et al.*, 2020). Sedangkan menurut Bulan *et al.* (2018) persepsi konsumen memiliki dampak yang signifikan terhadap kualitas pelayanan dan minat untuk melakukan pembelian, serta mempengaruhi minat pembelian secara tidak langsung melalui peningkatan kualitas pelayanan.

Pengalaman makan di suatu tempat dapat menjadikan hal tersebut sebagai penentuan apakah usaha kuliner tersebut dinilai memuaskan ataupun sebaliknya. *Dining experience* atau pengalaman makan (Salsabila & Rini, 2023) merupakan sebuah hasil dalam penilaian seseorang dalam pengalamannya menikmati makanan di restoran, namun tidak hanya berkaitan dengan menu dan harga makanan saja, konsumen menilai dari macam-macam sisi diantaranya penawaran pengalaman dalam lingkungan fisik dan layanan terbaik akan menjadi pertimbangan lain. Terdapat tiga dimensi dalam pengukuran *Dining experience* merujuk pada kualitas makanan, kualitas pelayanan, serta lingkungan fisik (Andika & Sudarwanto, 2021; Mulyono *et al.*, 2021; Richardson *et al.*, 2019)

Pelaku usaha kuliner harus dapat memberikan konsumennya sebuah sikap yang dirasa unik bagi konsumen dalam pengalaman makannya, karena persepsi konsumen bergantung pada bagaimana konsumen menikmati dan apakah hal tersebut sesuai atau bahkan melebihi harapan konsumen (Fadhila *et al.*, 2020). Perkembangan industri restoran di Amerika Serikat membuat orang lebih sering makan di luar rumah.

Persaingan di restoran cepat saji salah satunya memiliki persaingan yang lebih ketat, pada tahun 2018 pengeluaran konsumen mencapai \$299 miliar. Hal tersebut menjadikan tantangan tersendiri mengenai peningkatan pelayanan pada *dining experience* untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan kunjungan kembali (Richardson *et al.*, 2019). Sementara itu, di Indonesia sendiri munculnya generasi kelompok usia membuat adanya perbedaan mengenai selera dalam penentuan keputusan pemilihan sebuah cafe, pada generasi X dipengaruhi oleh fasilitas tambahan bagi anak-anak, pada generasi Y dipengaruhi oleh kenyamanan tempat duduk, sedangkan pada generasi Z. hal tersebut menyebabkan adanya perbedaan generasi yang membuat perbedaan juga pada persepsi dari masing-masing generasi dalam menentukan sebuah cafe untuk dilakukannya sebuah pembelian (Yasin *et al.*, 2019).

*Dining experience* bagi konsumen tidak terlepas dari beberapa hal seperti diantaranya bagaimana makanan yang disajikan (mulai dari sisi tingkat penampilan, keragaman, kesehatan, rasa, kesegaran, hingga suhu pada makanan dan minuman), bagaimana pelayanan (mulai dari sisi kerapihan pegawai, kesesuaian penyajian, kecepatan pegawai, kebersihan pegawai, serta kenyamanan pelayanan), dan bagaimana kondisi tempat restoran tersebut (mulai dari tingkat kebersihan, kesesuaian pencahayaan, hingga suhu kenyamanan yang ada di restoran). Pihak restoran harus memperhatikan hal-hal tersebut agar konsumen dapat memberikan kepercayaannya kepada suatu restoran tempat dimana menikmati makanan. Berikut beberapa data mengenai restoran *chinese & japanese food* yang terdapat di Kota Bandung.

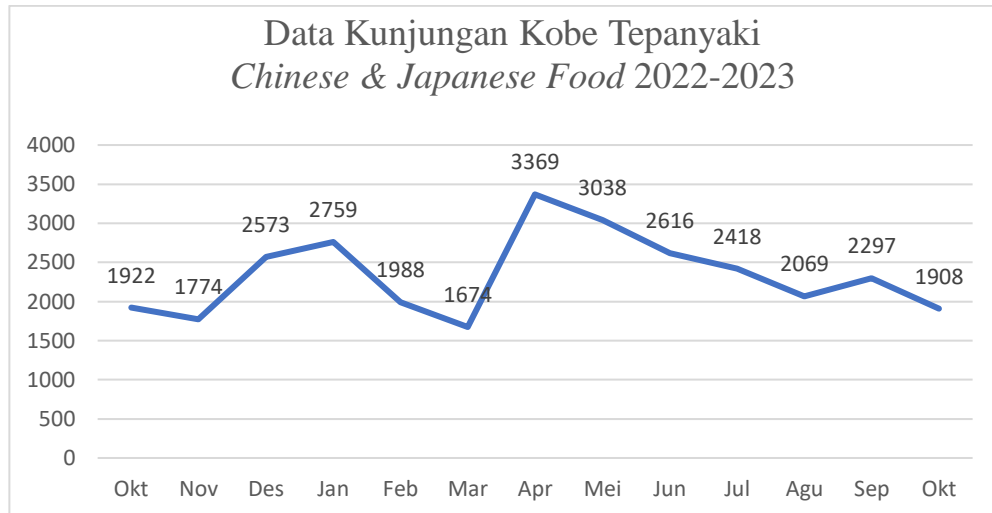
Tabel 1. 2  
Data Restoran Sejenis di Kota Bandung

Jenis Makanan	Nama Resto	Alamat	Google Review	Total Reviews
<i>Chinese food</i>	Restoran 499	Jl. A. Yani No.687, Padasuka, Kec. Cibeunying Kidul,	4,5	1.371
	RR <i>Chinese Food</i> Halal	Jl. Terusan Babakan Jeruk 1 No.7a, Sukagalih, Kec. Sukajadi,	4,3	198
	Kedai Wanmin	Jl. Semar No.30, Arjuna, Kec. Cicendo	4,6	414
<i>Japanese food</i>	Midori <i>Japanese Restaurant</i>	Jl. Sultan Tirtayasa No.31, Citarum, Bandung Wetan	4,4	953
	Saisan Teppan and Izakaya	Jalan. Ir. H. Juanda No.161, Lebak Siliwangi, Coblong	4,3	622
	Tami Yakitori	Jl. Buah Batu No.298a, Cijagra, Kec. Lengkong	4,8	574
<i>Chinese &amp; Japanese food</i>	Kobe Tepanyaki	Jl. Cibadak No.101, Karanganyar, Astanaanyar	4,4	3.249

Sumber: (Hasil pengolahan data dari berbagai sumber, 2023)

Berdasarkan tabel 1.2 diatas diperoleh data bahwa terdapat beberapa restoran sejenis dengan tema *Chinese* dan *Japanese food* di Kota Bandung berdasarkan klasifikasi restoran dengan total *reviews* yang lebih dari 100 *review*. Dari hasil data yang didapatkan oleh Restoran Kobe Tepanyaki memiliki total *reviews* google lebih tinggi dibandingkan dengan restoran sejenis lainnya yaitu sebesar 3.249. Namun, dengan banyaknya total review tersebut Restoran Kobe Tepanyaki *Chinese & Japanese Food* juga memiliki rating yang rendah dibawah rata-rata review yang ada.

Kobe Tepanyaki merupakan salah satu restoran halal yang menyediakan menu masakan autentik Jepang dan China, berlokasi di Jalan Cibadak No.101, Karanganyar, Astanaanyar, Kota Bandung. Menu makanan yang disajikan disini rata-rata memiliki porsi yang cukup besar, yang mana biasanya keluarga yang datang memesan menu tersebut untuk *sharing* satu dengan lainnya. Restoran ini berdiri di sekitaran Kawasan Cibadak yang mana daerah itu terkenal dengan kuliner non-halal nya. Namun, tidak sedikit konsumen yang mengunjungi restoran ini yaitu muslim.



Gambar 1. 1 Data Kunjungan Kobe Tepanyaki  
*Chinese & Japanese Food 2022-2023*

Sumber: (Owner Kobe Tepanyaki, 2023)

Gambar 1.1 diatas diketahui bahwa jumlah kunjungan konsumen di Kobe Tepanyaki *Chinese & Japanese Food* beberapa kali mengalami penurunan, penurunan terbesar terjadi pada bulan April hingga Agustus dan juga kenaikan. Kenaikan kunjungan terbesar berada pada bulan Maret hingga April 2023 dikarenakan menurut owner Kobe Tepanyaki *Chinese & Japanese Food* pada bulan tersebut terjadi adanya libur Panjang lebaran yang menyebabkan terjadinya adanya kenaikan jumlah kunjungan dari rata-rata kunjungan keseluruhan.

Berdasarkan ulasan di Google Review, Kobe Tepanyaki *Chinese & Japanese Food* memiliki total review 4,4 dari Bintang 5. Namun pada kenyataannya, kualitas produk, pelayanan, dan juga atmosphere yang diberikan restoran tersebut tidak selalu mendapatkan respon yang positif. Dibuktikan dengan adanya beberapa komentar di *google review* yang menyatakan bahwa dalam kualitas produk salah satunya yaitu ketidaksesuaian ekspektasi konsumen mengenai menu yang ada, dalam pelayanan salah satunya yaitu mengenai pelayanan yang lama, sedangkan dalam hal lingkungan fisik yaitu dalam hal kebersihannya. Berdasarkan data tersebut bahwa terdapat beberapa bukti masalah yang berhubungan dengan *Dining Experience* diantaranya mengacu pada aspek-aspek seperti kualitas kualitas makanan, pelayanan, dan juga kondisi lingkungan fisik sebuah restoran.

Penulis juga mendukungnya dengan hasil pra-penelitian yang melibatkan penyebaran kuesioner kepada 23 orang yang telah mengunjungi Kobe Tepanyaki *Chinese & Japanese Food* Bandung. Kuesioner ini dirancang untuk mencocokkan dengan ulasan yang ada di *Google Review*.

Tabel 1. 3  
Hasil Pra-Penelitian

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah Anda mengetahui ada Restoran Kobe Tepanyaki <i>Chinese &amp; Japanese</i> Bandung?	23	0
2	Apakah Anda puas dengan kualitas makanan yang disajikan di Kobe <i>Chinese &amp; Japanese Food</i> ?	14	9
3	Apakah Anda puas dengan kualitas pelayanan yang disajikan di Kobe <i>Chinese &amp; Japanese Food</i> ?	6	17
4	Apakah kondisi fisik dari di Kobe <i>Chinese &amp; Japanese Food</i> memuaskan?	8	15
5	Secara keseluruhan apakah Anda memiliki persepsi baik terhadap pengalaman makan yang disajikan di Kobe <i>Chinese &amp; Japanese Food</i>	10	13

Sumber: (Data diolah, 2023)

Berdasarkan hasil pra-penelitian pada tabel 1.4, dari data yang didapat konsumen mengetahui adanya resto halal di Cibadak khususnya Kobe Tepanyaki *Chinese & Japanese Food*. Didapatkan permasalahan yaitu pada aspek kualitas pelayanan baik pada sisi kurangnya kerapihan pegawai, ketidakandalan pegawai, kurangnya kecepatan daya tanggap pegawai, kurangnya kebersediaan pegawai dalam membantu, hingga kurangnya keramahtamahan pegawai dan juga kondisi fisik restoran seperti diantaranya kurangnya kebersihan restoran, kurangnya kesesuaian pada pencahayaan, hingga kurangnya kenyamanan suhu di restoran dengan hasil yang mendominasi merasa memiliki persepsi tidak baik dengan kondisi yang ada di restoran tersebut. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa aspek *service quality*, dan *physical environment* pada restoran Kobe Tepanyaki *Chinese & Japanese Food* Bandung belum maksimal. Hal ini, didukung dengan adanya pendapat menurut Walansendow *et al.* (2022) menyatakan loyalitas konsumen memiliki dampak yang signifikan pada kualitas produk, kualitas pelayanan, dan atmosphere. Loyalitas konsumen adalah bagian integral dari persepsi konsumen yang, jika positif, dapat menghasilkan loyalitas yang kuat.

Menurut Fanelli dan Nocera (2018) terdapat tiga dimensi yang mempengaruhi persepsi konsumen *cuisine, service, dan atmosphere*.

Berdasarkan data yang didapat oleh penulis selama melakukan observasi langsung dan melakukan wawancara dengan owner terdapat beberapa masalah yang terjadi di restoran tersebut salah satunya adalah mengenai sistem pelayanan yang kurangnya *responsiveness* yang dilakukan oleh para pegawai disana. Hal ini juga yang dikeluhkan owner dari Kobe Tepanyaki *Chinese & Japanese Food* sendiri yang mana para pegawai di sana yang kurang baik dalam melakukan pelayanan sehingga membuatnya harus turun tangan secara langsung dalam melakukan pelayanan. Sistem pelayanan tersebut menjadikan salah satu faktor yang mempengaruhi adanya review buruk di google mengenai pengalaman makanan yang terjadi disana.

*Dining Experience dan customer perceptions* menurut Mulyono *et al.*, (2021, hlm. 28-29) dan Fanelli dan Nocera, (2018, hlm.7-9) mengemukakan bahwa atribut *dining experience* yang mencakup *food quality/cuisine, service quality, dan physical environment* berdasarkan atribut tersebut dapat diketahui apa saja keinginan dan kebutuhan pelanggan merupakan hal terpenting, karena dapat dijadikannya sebagai strategi dalam menarik pasar dan juga mengetahui persepsi konsumen. Pada Tabel 1.3. dan Tabel 1.4. tersebut menunjukkan buruknya persepsi konsumen atas *dining experience* yang terjadi di Kobe Tepanyaki *Chinese & Japanese Food*. Hal ini dapat menyebabkan hilangnya persepsi kepercayaan konsumen untuk datang Kembali ke Kobe Tepanyaki *Chinese & Japanese Food* yang diakibatkan oleh buruknya *dining experience* yang mereka rasakan. Berdasarkan konteks yang telah diuraikan penulis, maka penelitian dilakukan mengenai. **“Pengaruh *Dining Experience* terhadap Persepsi Konsumen di Restoran Kobe Tepanyaki *Chinese & Japanese Food* Bandung”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Adapun permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana pengaruh *food quality* terhadap persepsi konsumen di Restoran Kobe Tepanyaki *Chinese & Japanese Food*?

- 2) Bagaimana pengaruh *service quality* terhadap persepsi konsumen di Restoran Kobe Tepanyaki *Chinese & Japanese Food*?
- 3) Bagaimana pengaruh *physical environment* terhadap persepsi konsumen di Restoran Kobe Tepanyaki *Chinese & Japanese Food*?
- 4) Bagaimana pengaruh *Dining Experience* terhadap persepsi konsumen di Restoran Kobe Tepanyaki *Chinese & Japanese Food*?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Didasarkan dari perumusan masalah yang telah disebutkan, tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan temuan yang berkaitan dengan:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh *food quality* terhadap persepsi konsumen di Restoran Kobe Tepanyaki *Chinese & Japanese Food*
- 2) Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap persepsi konsumen di Restoran Kobe Tepanyaki *Chinese & Japanese Food*
- 3) Untuk mengetahui pengaruh *physical environment* terhadap persepsi konsumen di Restoran Kobe Tepanyaki *Chinese & Japanese Food*
- 4) Untuk mengetahui pengaruh *Dining Experience* terhadap persepsi konsumen di Restoran Kobe Tepanyaki *Chinese & Japanese Food*

### 1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, diharapkan hasil penelitian memiliki manfaat dalam aspek teoritis dan praktis di antara itu sebagai berikut:

#### 1) Aspek Teoritis

Harapannya, temuan dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berharga dalam pengembangan ilmu Manajemen Industri Katering di bidang *food and beverage* khususnya mengenai *dining experience* dan persepsi konsumen dalam industri restoran atau café.

#### 2) Aspek Praktis

Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berguna bagi pelaku bisnis di industri penyedia makanan dan minuman, terutama bagi Restoran Kobe Tepanyaki *Chinese & Japanese Food* untuk meningkatkan *Dining Experience* dan persepsi konsumen. Diharapkan hasil dari penelitian ini akan juga dapat membantu dalam evaluasi strategi pemasaran yang ditawarkan oleh Restoran Kobe Tepanyaki *Chinese & Japanese Food*