

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Industri pariwisata sebagai salah satu sektor bisnis pariwisata merupakan salah satu bisnis besar dalam penyediaan barang dan jasa untuk wisatawan dan menyangkut setiap setiap pengeluaran oleh atau untuk wisatawan dalam perjalanannya. Pariwisata memiliki peran utama dalam pergerakan perekonomian dan kepentingan sosial.

Pariwisata telah menjadi salah satu pemain utama dalam perdagangan internasional, dan salah satu sumber pendapatan utama bagi banyak negara berkembang, pertumbuhan ini sejalan dengan diversifikasi meningkat dan kompetisi di antara tujuan. Pariwisata global di negara-negara industri dan berkembang telah menghasilkan manfaat terhadap pertumbuhan ekonomi dan lapangan kerja di berbagai sektor dan kontribusi pariwisata untuk kesejahteraan ekonomi tergantung pada kualitas dan pendapatan dari tawaran pariwisata. (UNWTO:2018).

Saat ini salah satu usaha yang sedang mengalami peningkatan adalah usaha kuliner, ditandai dengan banyaknya rumah makan baru yang bermunculan dengan variasi menu beragam. Pertumbuhan ekonomi yang diikuti dengan bertumbuhnya kelas masyarakat menengah menyebabkan peningkatan konsumsi masyarakat, sehingga dapat dikatakan bahwa bisnis kuliner merupakan bisnis yang mempunyai prospek cerah saat ini. Berkembangnya bisnis kuliner disebabkan perkembangan kebiasaan masyarakat dalam menikmati makanan. Cara menikmati makanan sekarang tidak sekedar sebagai penghilang rasa lapar, namun juga sebagai sarana bersosialisasi. Dari tahun ke tahun, kebiasaan makan di luar rumah ini terus meningkat di kalangan masyarakat. Sepanjang tahun 2015, tercatat jumlah kunjungan orang ke rumah makan mencapai 380 juta kali ([www.kompas.com](http://www.kompas.com), diakses 27 Desember 2018).

Usaha makanan dan minuman merupakan salah satu bidang usaha yang besar dan berkembang pesat setiap tahunnya. Data statistik yang disajikan oleh kementerian pariwisata Indonesia menunjukkan bahwa usaha makanan dan minuman (restoran) bergerak naik dari tahun 2007 – 2012. Selain itu, kementerian

perindustrian memprediksi pertumbuhan usaha makanan dan minuman sebesar 7,5% dari tahun 2016. Hal ini menyebabkan penggerak usaha bidang makanan dan minuman serta restoran berlomba untuk mempertahankan konsumen dikarenakan semakin ketatnya persaingan bisnis. Mempertahankan konsumen dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kepuasan pelanggan melalui produk dan jasa yang disediakan masing-masing restoran.

Kepuasan konsumen merupakan suatu hal yang paling mempengaruhi di industri restoran (Canny & Economy, 2013). Pemahaman kepuasan harus menjadi parameter dasar yang digunakan untuk mengevaluasi kinerja produk dan jasa karena kepuasan konsumen adalah evaluasi pasca pembelian membandingkan harapan dengan kinerja dan penilaian selanjutnya mengenai sebuah produk atau jasa tertentu (Kotler et al., 2016). *Customer satisfaction* memiliki dampak yang melebihi di atas dampak pendapatan terhadap nilai perusahaan, dan *customer satisfaction* secara positif dan signifikan memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan dengan pendapatan (Canny & Economy, 2016).

Penelitian mengenai kepuasan pertama kali dilakukan pada tahun 60an, salah satunya oleh (Cardozo, 1965). Penelitian mengenai *customer satisfaction* tidak hanya dilakukan di bidang pemasaran jasa, namun juga telah diteliti di bidang pemasaran pariwisata (Abraham Pizam, 2016). Dalam penelitian yang terkait dengan bidang pariwisata, peneliti telah mengkaji beberapa tipe penelitian terdahulu dari kepuasan pelanggan dan yang paling sering muncul yaitu mengenai perilaku konsumen (Zameer, 2015). Penelitian mengenai *customer satisfaction* telah dilakukan di berbagai bidang keilmuan dan bisnis, diantaranya logistik (Ratanavilaikul, 2018), perbankan (Zameer, 2015), destinasi wisata (Brenc & Dmitrovic, 2010), industri hotel (Choi & Chu, 2001; Dominic & Rosa, 2010), dan industri makanan dan minuman (Al-tit, 2017; Canny, 2014; Gupta, Laughlin, & Gomez, 2014; Hsiao, Chen, Chang, & Chiu, 2016). Disamping itu, penelitian mengenai kepuasan pelanggan telah dilaksanakan di beberapa negara, diantaranya Bangladesh (Siddiqi, 2011), Indonesia (Canny, 2014), Yordania (Al-tit, 2017), dan Taiwan (Hsiao et al., 2016).

Berdasarkan rekapitulasi potensi restoran dan rumah makan yang memiliki ijin berdasarkan data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung pada

Bulan Januari 2018 berjumlah 795. Restoran dan rumah makan tersebut menyajikan menu makanan dan minuman Indonesia (Sunda, Bali, Padang, Sulawesi, Lombok, Betawi, Jawa Tengah, dan lainnya), Oriental (Singapura, Jepang, Cina, Korea, Thailand), *Western* (Amerika, Inggris, Perancis, Jerman, Belanda, Spanyol), dan lainnya ([www.bandungtourism.com](http://www.bandungtourism.com), diakses 10 Juni 2019).

Salah satu restoran *Western* yang ada di Kota Bandung yaitu Nanny's Pavillon Home yang berada di JL. RE. Martadinata No.125, dalam mengatasi persaingan yang sangat ketat restoran western Nanny's Pavillon melakukan berbagai upaya yang dilakukan yaitu dengan memiliki konsep pemasaran yang unik dalam memasarkan produk dan jasanya. Nanny's Pavillon mengusung tema Home seperti rumah klasik vintage yang diadaptasi rumah besar jaman Belanda. Berikut adalah data kunjungan Nanny's Pavillon Bandung:

**TABEL 1.1**  
**DATA KUNJUNGAN DI**  
**NANNY'S PAVILLON OUTLET RIAU BANDUNG 2016– 2018**

Tahun	Jumlah Kunjungan
2016	18.240
2017	16.320
2018	14.400
Rata-Rata	16.320

Sumber *Manajemen Nanny's Pavillon Bandung, 2019*.

Dilihat dari Tabel data pengunjung 1.1 dapat terlihat bahwa pengunjung Nannys Pavillon *outlet* Riau Bandung tidak konsisten karena jumlahnya dari 3 tahun terakhir mengalami penurunan tiap tahunnya. Pada tahun 2016 kunjungan sebanyak 18.240 orang, pada tahun 2017 menurun menjadi 16.320 dan 2018 kunjungan mengalami penurunan kembali menjadi 14.400 orang. Jika jumlah kunjungan mengalami penurunan maka perlu menjadi bahan evaluasi bagi Manajemen Nannys Pavillon *outlet* Riau Bandung untuk mempertahankan konsumen yang telah melakukan kunjungan, atau konsumen yang telah melakukan pembelian ulang, dengan cara meningkatkan kepuasan konsumen.

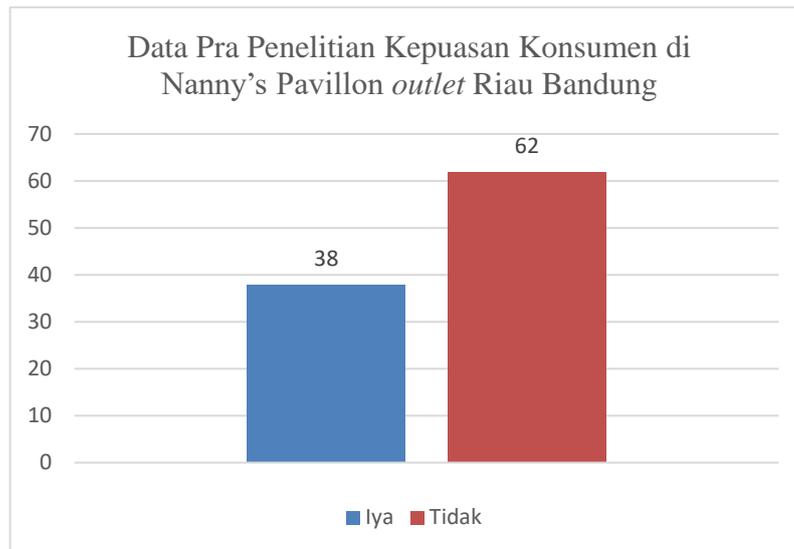
**TABEL 1.2**  
**REVENUE NANNY'S PAVILLON BANDUNG 2016-2018**

<b>Tahun</b>	<b>Target Pendapatan/Tahun</b>	<b>Pencapaian Pendapatan/Tahun</b>
2016	Rp.1.200.000.000	Rp.1.046.681.850
2017	Rp.1.000.000.000	Rp. 830.734.548
2018	Rp . 800.000.000	Rp. 753.610.093
Rata-Rata	Rp.1.000.000.000	Rp. 877.008.830,33

Sumber: *Manajemen Nanny's Pavillon Bandung, 2019.*

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa jumlah pendapatan Nannys Pavillon *outlet* Riau Bandung mengalami penurunan setiap tahunnya bahkan target pendapatan setiap tahunnya tidak tercapai. Pada tahun 2017 pendapatan Nannys Pavillon menurun sebesar 20% semula Rp1.046.681.850 menjadi Rp. 830.734.548 lalu mengalami penurunan kembali sebesar 10% menjadi Rp. 753.610.093. Berdasarkan data tersebut menunjukkan adanya masalah menurunnya pembelian di Nannys Pavillon *outlet* Riau Bandung. Penurunan jumlah pembelian dan pendapatan perusahaan dapat diakibatkan oleh kurangnya kepuasan konsumen. Selain itu jumlah cabang Nanny's Pavillon di kota Bandung yang mulanya memiliki empat outlet pada tahun 2014 semua outlet ditutup karna perusahaan mengalami kerugian karena menurunnya pendapatan setiap tahunnya, dan pada akhirnya hanya membuka satu cabang yang berlokasi di JL. RE. Martadinata No.125 yang bertemakan home, atau merupakan gabungan tema dari outlet-outlet yang sudah tutup.

Indikasi Nanny's Pavillon *outlet* Riau Bandung mengalami masalah dalam kepuasan konsumen juga didukung melalui temuan hasil pra penelitian mengenai kepuasan pada Nanny's Pavillon *outlet* Riau Bandung. Berikut hasil pra penelitian yang dilakukan penulis terhadap 100 konsumen yang pernah melakukan pembelian di Nanny's Pavillon *outlet* Riau Bandung.



Sumber: Hasil Pengolahan data Pra Penelitian, 2019

**GAMBAR 1.1**  
**DATA PRA PENELITIAN KEPUASAN KONSUMEN PADA**  
**NANNY'S PAVILLON OUTLET RIAU BANDUNG**

Gambar 1.1 Hasil Pra Penelitian mengenai kepuasan konsumen di Nanny's Pavillon outlet Riau Bandung. Responden merupakan orang yang pernah melakukan pembelian ke Nanny's Pavillon outlet Riau Bandung. Pertanyaan yang diajukan yaitu mengenai kepuasan di Nanny's Pavillon outlet Riau Bandung. Dari hasil pra penelitian tersebut menunjukkan bahwa dari 100 responden Nanny's Pavillon outlet Riau Bandung, mayoritas mereka tidak puas yaitu sebanyak 68 orang dan sisanya yaitu 32 orang merasa puas dengan Nanny's Pavillon outlet Riau Bandung. Berdasarkan hasil pra penelitian tersebut diperoleh gambaran bahwa kepuasan konsumen di Nanny's Pavillon outlet Riau Bandung masih cukup rendah dengan 51% an kualitas makanan yang kurang dan pelayanan yang lama, data tersebut mendukung bahwa diduga terdapat permasalahan kepuasan konsumen di Nanny's Pavillon outlet Riau Bandung.

Berdasarkan hal tersebut dapat kita ketahui bahwa pentingnya suatu perusahaan dalam meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, khususnya dalam sebuah usaha makanan dan minuman. Pentingnya menciptakan kepuasan konsumen memberikan gambaran bahwa dampak yang muncul apabila kurangnya kepuasan di sebuah restoran adalah menurunnya pendapatan karena minimnya permintaan produk dan tidak bisa

bertahan dalam persaingan sehingga target perusahaan sulit tercapai. Menurut (Hari Mulyadi, 2018) apabila perusahaan mampu mempertahankan kepuasan konsumen, kepuasan tersebut akan menunjukkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli kembali produk tersebut.

Berdasarkan rating restoran western yang ada di Kota Bandung beserta ulasan dan *rating* dari konsumen melalui Zomato dan Tripadvisor bisa dilihat pada Tabel 1.3 mengenai data penilaian restoran western di Kota Bandung.

**TABEL 1.3**  
**DATA PENILAIAN RESTORAN WESTERN DI KOTA BANDUNG**

No.	Nama Restoran Western	Rating	
		<i>Tripadvisor</i>	<i>Zomato</i>
1.	Humming Bird	4,5	4,3
2.	Nanny's Pavillon Bandung	4,0	4,2
3.	Bellamie Boulangeri	4,5	4,5
4.	Billbao Brasserie	4,0	4,3

Sumber : *Tripadvisor & Zomato* 2019

Pada Table 1.3 dapat diketahui salah satu fenomena utama yang terjadi di Nannys Pavillon *outlet* Riau Bandung tamu yang telah melakukan dine-in dengan memberikan masukan di Zomato dan Tripadvisor sehingga rating Nannys Pavillon *outlet* Riau Bandung memiliki rating paling kecil atau paling sedikit direkomendasikan. Hal tersebut di karenakan adanya ulasan yang merasa kurang puas dengan kualitas makanan, kecepatan pelayanan dan juga kesesuaian dengan nilai harga di Nannys Pavillon *outlet* Riau Bandung. Data tersebut didapat oleh penulis dari Zomato dan Tripadvisor. Semua *review* negatif tersebut dapat mempengaruhi niat calon konsumen yang akan mengunjungi Nanny's Pavillon *outlet* Riau Bandung, maka dari itu pihak manajemen mempunyai tugas penting untuk menanggulangnya.

Kunjungan dan pendapatan Nannys Pavillon *outlet* Riau Bandung selalu mengalami penurunan setiap tahunnya. Banyak keluhan didatangkan kepada Nannys Pavillon *outlet* Riau Bandung. Keluhan yang masuk didominasi oleh buruknya *service*, harga dan kualitas makanan yang diterima oleh konsumen sehingga menghasilkan ketidak puasn konsumen Nanny's Pavillon.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan melalui *restaurant attributes* (Al-tit, 2017; Mariam Shahzadi, Shahab

Alam Malik, Mansoor Ahmad, 2016; Ryu & Han, 2010). Atribut restoran merupakan hal esensial yang harus dimengerti oleh pemilik usaha restoran, mengingat bahwa atribut restoran memegang peran utama dalam bisnis restoran dalam rangka membentuk kepuasan konsumen, dan merupakan prediktor dalam menentukan minat konsumen dalam bersikap di masa yang akan datang (Canny, 2014). Atribut restoran yang baik, yang dirasakan oleh konsumen dan produktivitas karyawan merupakan syarat bagi terbentuknya kepuasan konsumen yang tinggi, yang mana hal tersebut akan menghasilkan volume penjualan yang tinggi dan keuntungan bagi operasional sebuah restoran (Yim, Lee, & Kim, 2014). Atribut restoran memiliki tiga dimensi utama yaitu *food quality*, *service quality*, dan *atmospheric* (Ryu & Han, 2010). Banyak studi kuantitatif yang menyatakan bahwa kualitas makanan, kualitas pelayanan, dan lingkungan fisik restoran menjadi penentu utama kepuasan pelanggan (Ma, Qu, Njite, & Chen, 2011; Ryu & Han, 2010). Kualitas tempat, yang terdiri dari interaksi, lingkungan dan nilai, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Bidasari, 2019). Menurut (Liu & Tse, 2018) mengatakan bahwa *restaurant attributes* memberikan pengaruh positif dan negatif terhadap persepsi nilai bagi konsumen dan berujung kepada kepuasan konsumen. Untuk mengukur *restaurant attributes*, (Harrington, Ottenbacher, Staggs, & Powell, 2012) mengemukakan bahwa terdapat tiga unsur yang termasuk ke dalam *Restaurant Attributes*, yaitu *food quality*, *service quality* dan *atmosphere*.

Implementasi dari pengembangan strategi yang di terapkan pada Nanny's Pavillon identic dengan penelitian (Harrington et al., 2012) yang pernyataan tiga faktor yaitu pertama, *service quality* diantaranya memberikan pelayanan yang lebih hangat dan friendly kepada konsumen seperti saat masuk ke area restoran konsumen langsung disambut oleh greeter dan menerapkan standar pelayanan yang harus dilakukan dalam melayani konsumen, karyawan pun di beberapa lokasi strategis sehingga saat konsumen pesan konsumen hanya perlu melambaikan tangan atau memanggil pelayan. Kedua, *food quality* seperti menambah variasi menu yang inovatif yang di tawarkan kepada konsumen seperti pada menu salad ada penambahan item yaitu *Alice's Grilled Salmon Salad* dan *Arthur's Marinated Mushroom Salad*, pada menu *Lite Bites* dari empat item bertambah menjadi

sembilan item *Lites Bites* terbaru yaitu *Liam's Popcorn Chicken*, *Alice's Truffle Fries*, *Enzo's Mozzarella Stick* dan *Abbelle's Nachos*. Ketiga, *atmosphere*, menerapkan suasana yang homey dengan dekorasi-dekorasi unik dan sangat *instagramable*, membuat konsumen merasa nyaman saat bersantap selain itu halaman belakang dijadikan tempat untuk *smoking area*.

Berdasarkan latar belakang diketahui bahwa *restaurant attributes* yang dilakukan oleh Nannys Pavillon *outlet* Riau Bandung berdasarkan teori-teori dan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen. Kepuasan timbul dari apa yang telah dialami dan dirasakan konsumen dari produk atau jasa yang mereka gunakan. Nannys Pavillon *outlet* Riau Bandung perlu terus menerus melakukan evaluasi untuk mengetahui seberapa besar pengalaman jasa yang didapat oleh konsumen agar dapat menciptakan kepuasan.

Nanny's Pavillon memiliki konsep yang unique disetiap outlet, masing-masing memiliki konsepnya sendiri yang membedakan mereka dengan outlet Nanny's lainnya. Nanny's Pavillon sudah tersebar di beberapa kota di Indonesia seperti Jakarta, Tangerang, Bekasi, Bandung, Karawang dan Surabaya. Peneliti memilih outlet Bandung untuk dijadikan objek penelitian karena Bandung merupakan kota pertama berdirinya Nanny's Pavillon dan juga di Kota Bandung tinggal tersisa satu Outlet dari empat outlet, selain itu Nanny's Pavillon Bandung memiliki masalah pada kepuasan konsumen. Maka dari itu, perlu dilakukan penelitian mengenai **"PENGARUH RESTAURANT ATTRIBUTES TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI NANNY'S PAVILLON OUTLET RIAU BANDUNG** (Survei terhadap konsumen Nanny's Pavillon *outlet* Riau Bandung"

## 1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana gambaran *Restaurant Attributes* di Nanny's Pavillon *outlet* Riau Bandung.
2. Bagaimana gambaran Kepuasan Konsumen di Nanny's Pavillon *outlet* Riau Bandung.
3. Bagaimana pengaruh *Restaurant Attributes* terhadap Kepuasan Konsumen di Nanny's Pavillon *outlet* Riau Bandung.

## 1.3. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui gambaran *Restaurant Attributes* belanja di Nanny's Pavillon *outlet* Riau Bandung.
2. Mengetahui gambaran Kepuasan Konsumen di Nanny's Pavillon *outlet* Riau Bandung.
3. Mengetahui pengaruh *Restaurant Attributes* terhadap Kepuasan Konsumen di Nanny's Pavillon *outlet* Riau Bandung

#### **1.4. Kegunaan Penelitian**

##### **1. Kegunaan Teoritis**

Secara teoritis, hasil penelitian ini dilakukan sebagai pengembangan ilmu pemasaran pariwisata pada industri wisata kuliner dengan mengkaji pemahaman mengenai *Restaurant Attributes* dan Kepuasan Konsumen.

##### **2. Kegunaan Empirik**

Secara empirik, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak Nanny's Pavillon *outlet* Riau Bandung dalam meningkatkan penjualan yang lebih baik melalui peningkatan kualitas *Restaurant Attributes*. Selain itu hasil penelitian dapat menjadi evaluasi strategi pemasaran bagi pihak Nanny's Pavillon *outlet* Riau Bandung.