

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Kepuasan konsumen harus menjadi prioritas bagi sebuah industri, Pada industri pariwisata kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor keberlangsungan industri. Salah satu industri dalam pariwisata adalah industri restoran untuk menyediakan kebutuhan makanan dan minuman konsumen selama melakukan wisata. Menurut *National Restaurant Association AS*, 47% dolar dihabiskan untuk makan di restoran dan penjualan pada industri restoran di AS diproyeksikan melebihi 783 miliar dolar pada tahun 2016 (Schjll *et al.*, 2017:576). Di negara Norwegia, 25% dari penghasilnya dihabiskan di restoran, kafe, dan bar (Statistik Norwegia, 2010 dalam schjll *et al.*, 2017:576).

Pengetahuan tentang kebutuhan konsumen diperlukan untuk industri restoran agar dapat bertahan lama (Shjll *et al.*, 2017:576). Saat ini semakin banyaknya jumlah restoran yang ada di Indonesia membuat pemilik restoran harus berpikir ulang bagaimana mempertahankan konsumennya agar restorannya dapat berlangsung lama. Kebutuhan dan keinginan konsumen membuat kebingungan pemilik restoran bagaimana memuaskan konsumennya maka dari itu pemilik restoran dianggap perlu untuk memenuhi kebutuhan konsumen karena menurut (Sulek & Hansley, 2004:235), kepuasan konsumen pada industri restoran sangat penting karena 90% dari konsumen tidak puas, tidak akan pernah kembali ke restoran tersebut.

Saat ini pertumbuhan bisnis makanan dan minuman masih tercatat sebagai pertumbuhan bisnis yang paling tinggi di berbagai belahan dunia dan akan terus berkembang (Nonto, 2006). Banyak outlet yang menawarkan produk makanan dan minuman dalam berbagai variasi rasa dan bentuknya (Mandasari & Adhitama, 2011). Restoran menjadi salah satu industri jasa dimana setiap pengusaha restoran berlomba-lomba menawarkan kualitas produk dan layanan yang maksimal bagi pelanggannya. Namun di sisi lain, suatu perusahaan di bidang makanan harus mempunyai nilai tambah yang membuat usaha tersebut berbeda dari perusahaan lainnya. Dalam kondisi ini, pelanggan bukan lagi sebagai

pelengkap usaha tetapi sebagai *partner* usaha bagi perusahaan yang bersangkutan. Sebuah restoran harus dapat membangun dan menjaga kredibilitas perusahaannya agar setiap pelanggan yang datang berkunjung bisa meninggalkan kesan positif bagi restoran tersebut dan kemudian dapat memberikan kepuasan membagi pengalaman mereka dengan orang-orang di sekitarnya. Menyenangkan pelanggan sudah seharusnya menjadi kesadaran bagi setiap pengusaha restoran demi eksistensi perusahaannya (Jacksa Kivela, Reece, & Inbakaran, 1999).

Dengan berkembangnya industri makanan dan minuman, maka pelaku industri restoran yang bermunculan diberbagai kota di Indonesia harus memperhatikan bahwa pentingnya suatu perusahaan dalam meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tentunya dalam sebuah usaha makanan dan minuman (Siring, 2013). Pentingnya menciptakan kepuasan konsumen memberikan gambaran bahwa dampak yang muncul apabila rendahnya kepuasan di sebuah restoran adalah menurunnya pendapatan karena minimnya permintaan produk dan tidak bisa bertahan dalam persaingan sehingga target perusahaan sulit tercapai (Chen *et al.*, 2016). Tingkat penurunan penjualan yang terjadi pada industri makanan dan minuman salah satunya restoran yang ada di Kabupaten Bandung Barat (Novitasari, 2016). Penulis memilih beberapa restoran western yang ada di Kabupaten Bandung Barat untuk dijadikan objek penelitian guna mendapatkan populasi yang cukup. Berikut restoran western yang ada di Kabupaten Bandung Barat beserta penilaian atau *rating* dari konsumen melalui internet, diantaranya :

Iqbal Kahfi Gunawan, 2018

**PENGARUH PHYSICAL ENVIRONMENT TERHADAP  
CUSTOMER SATISFACTION (Survei terhadap konsumen yang  
melakukandine-in di Maja House)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  
perpustakaan.upi.edu

**TABEL 1.1**  
**DATA PENILAIAN RESTORAN WESTERN DI KABUPATEN**  
**BANDUNG BARAT**

No.	Nama Restoran Western	Rating	
		<i>Tripadvisor</i>	<i>Google Review</i>
1.	Mandarin Resto	4,0	4,3
2.	Maja House	3,5	3,6
3.	The Peak Resort Dining	4,0	4,2
4.	Rumah Miring Resto	4,0	4,1

Sumber : *Tripadvisor & Google Summary Reviews* 2018

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dijelaskan bahwa restoran western yang memiliki rating paling kecil atau paling sedikit direkomendasikan adalah Maja House. Peneliti mengambil objek penelitian dari internet dikarenakan pada era digital ini, konsumen semakin cerdas dalam memilih produk atau jasa mana yang akan mereka beli, hal ini disebabkan oleh mudahnya konsumen dalam mengakses informasi maupun pendapat atau rekomendasi dari komunitas, teman atau keluarga mengenai sebuah produk atau jasa. Sehingga dari informasi-informasi tersebut ekspektasi konsumen mengenai produk dan jasa yang diinginkannya akan terbentuk

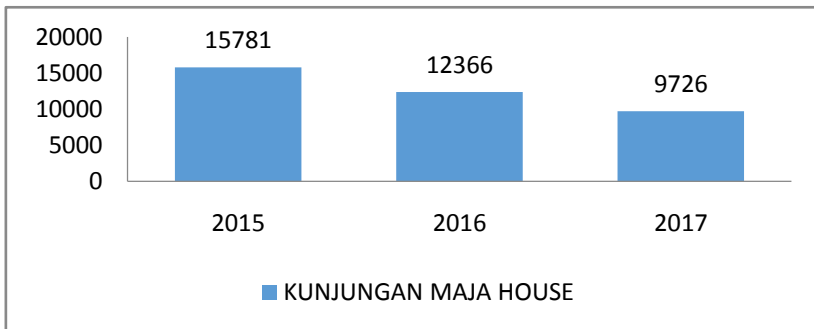
Salah satu perusahaan yang mengalami rating cukup buruk dan sudah cukup dikenal luas dalam bidang usaha restoran dan penginapan baik di dalam maupun di luar Kabupaten Bandung Barat yaitu PT Maja Ruang Delapan, dengan Maja House *Restaurant* yang menjadi unggulan usahanya, yang berlokasi di Jl. Sersan Bajuri No. 72 Kecamatan Parongpong, Kabupaten Bandung Barat, merupakan *restaurant* yang memiliki konsep restoran modern dengan menu *western*. Maja House yang sebelumnya menjadi salah satu tujuan wisata kuliner favorit bagi wisatawan baik wisatawan lokal maupun mancanegara kini mengalami penurunan minat dari konsumen. Hal tersebut dapat dilihat juga dari data kunjungan Maja House. Berikut data kunjungan Maja House *Restaurant* pada Gambar 1.1 sebagai berikut:

Iqbal Kahfi Gunawan, 2018

**PENGARUH PHYSICAL ENVIRONMENT TERHADAP  
CUSTOMER SATISFACTION (Surveiterhadapkonsumen yang  
melakukandine-in di Maja House)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  
perpustakaan.upi.edu

**GAMBAR 1.1**  
**DATA KUNJUNGAN MAJA HOUSE TAHUN 2015 – 2017**

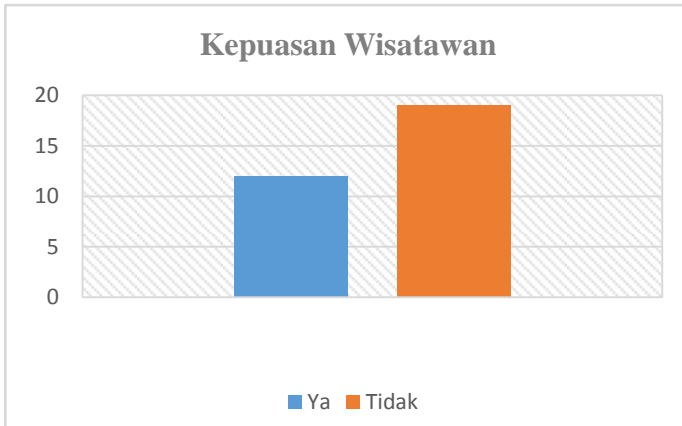


Sumber: Modifikasi Data GRO, S&M *Department* Maja House, 2017

Berdasarkan Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan Maja House mengalami penurunan tahunnya. Pada tahun 2015 kunjungan sebanyak 15.781 orang. Lalu mengalami penurunan pada tahun 2016 menjadi 12.366, dan 2017 kunjungan mengalami penurunan kembali menjadi 9.726 orang. Jika jumlah kunjungan mengalami penurunan maka perlu menjadi bahan evaluasi bagi Maja House untuk mempertahankan konsumen yang telah melakukan kunjungan, atau konsumen yang telah melakukan pembelian ulang, dengan cara meningkatkan kepuasan konsumen. Kepuasan pelanggan merupakan konsep sentral dalam pemasaran karena hal tersebut penting sekali untuk menemui kebutuhan dan keinginan pelanggan (Spreng, Mackenzie; Yi dalam Han dan Ryu, 2009, hlm. 491). Untuk mengetahui tanggapan pengunjung mengenai *customer satisfaction* yang terdiri dari *perceived value* dan *customer expectation* maka dilakukannya pra penelitian terhadap pengunjung yang pernah datang ke *Maja House Bandung* dan diperoleh hasil sebagai berikut:

**GAMBAR 1.2**  
**HASIL PRA PENELITIAN MENGENAI KEPUASAN**  
**KONSUMEN DI MAJA HOUSE BANDUNG**

Iqbal Kahfi Gunawan, 2018  
**PENGARUH PHYSICAL ENVIRONMENT TERHADAP**  
**CUSTOMER SATISFACTION (Survei terhadap konsumen yang**  
**melakukandine-in di Maja House)**  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  
perpustakaan.upi.edu



Sumber: Hasil Pengolahan Data Pra Penelitian, 2018

Berdasarkan gambar 1.2 menunjukkan bahwa hasil pengolahan data pra penelitian tahun 2018 yang dilakukan terhadap 30 responden yang pernah datang ke Maja House Bandung. Dapat diketahui bahwa 19 orang pengunjung merasa tidak puas telah melakukan pembelian di *Maja House* Bandung ini bisa disebabkan oleh kenyataan yang tidak sesuai dengan harapan yang diterima. Sedangkan hanya 11 responden saja yang merasa puas melakukan pembelian Maja House Bandung, hal ini bisa disebabkan karena pengunjung ingin membeli produk yang sama.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci menuju kesuksesan (Jang dan Mattila, 2005; Johns dan Howard, 1998; Yi dan La, 2003). Pemahaman kepuasan harus menjadi parameter dasar yang digunakan untuk mengevaluasi kinerja produk dan jasa tujuan (Yoon dan Uysal (2005: 47). Heung (2000) melaporkan bahwa kepuasan pelanggan adalah evaluasi pasca pembelian membandingkan harapan dengan kinerja dan penilaian selanjutnya mengenai sebuah produk atau jasa tertentu (Smith & Costello, 2009).

Salah satu fenomena utama yang terjadi di Maja House selain

Iqbal Kahfi Gunawan, 2018

**PENGARUH PHYSICAL ENVIRONMENT TERHADAP  
CUSTOMER SATISFACTION (Survei terhadap konsumen yang  
melakukan dine-in di Maja House)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  
perpustakaan.upi.edu

penurunan tingkat kunjungan, terdapat juga komentar dari tamu yang telah melakukan dine-in dengan memberikan masukan ke *guest comment*. Berikut Tabel 1.2 yang membahas mengenai masalah dominan ketidakpuasan konsumen Maja House berdasarkan *guest comment*.

**TABEL 1.2**  
**MASALAH DOMINAN KETIDAKPUASAN KONSUMEN**  
**BERDASARKAN GUEST COMMENT MAJA HOUSE RESTAURANT**  
**PERIODE**  
**JANUARI 2017 – DESEMBER 2017**

BULAN	Fasilitas			Makanan & Minuman			Pelayanan			Tata Ruang			Ambience		
	B	C	K	B	C	K	B	C	K	B	C	K	B	C	K
JANUARI	1	4	19	3	7	3	3	1	1	0	0	0	7	0	2
FEBRUARI	1	5	22	11	13	4	4	6	4	1	0	1	6	1	3
MARET	3	4	14	6	5	9	9	0	4	1	2	1	4	1	5
APRIL	1	6	26	0	18	4	7	1	2	0	1	3	4	4	3
MEI	0	7	15	3	5	4	3	1	7	0	2	0	6	2	2
JUNI	12	6	22	19	7	9	14	0	1	8	1	2	18	2	8
JULI	4	1	18	6	2	14	7	0	15	2	1	1	6	0	4
AGUSTUS	2	0	12	5	0	9	2	0	0	1	0	0	3	0	6
SEPTEMBER	2	0	38	5	3	12	5	1	3	3	0	1	4	0	10
OKTOBER	6	0	16	4	0	5	4	0	4	0	0	1	10	1	3
NOVEMBER	6	1	37	9	1	26	10	0	2	3	0	2	4	0	7
DESEMBER	5	0	37	8	1	9	7	0	7	5	0	2	9	2	10

Sumber: Modifikasi Data Guest Comment GROMaja House, 2018

Berdasarkan Tabel 1.3 dapat diketahui setiap bulannya fasilitas,

Iqbal Kahfi Gunawan, 2018  
**PENGARUH PHYSICAL ENVIRONMENT TERHADAP**  
**CUSTOMER SATISFACTION (Survei terhadap konsumen yang**  
**melakukandine-in di Maja House)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  
 perpustakaan.upi.edu

makanan dan juga pelayanan menjadi masalah dominan yang menyebabkan ketidakpuasan tamu. Data tersebut didapat setelah memberikan *guest comment* yang didapat oleh penulis dari GROMajaHouse. Terdapat berbagai macam faktor yang menyebabkan ketidakpuasan konsumen terhadap fasilitas, berdasarkan *guest comment* antara lain kebersihan fasilitas, kurang banyaknya ketersediaan area *outdoor* yang merupakan area favorit tamu, tidak tersedianya area *non smoking*, kurang menariknya desain interior, kurang tersedianya tanaman- tanaman hijau, tidak tersedia stop kontak pada area makan, sinyal *wifi* yang kurang baik,. Dari segi makanan dan minuman meskipun rata-rata diberikan penilaian baik namun ada beberapa konsumen yang belum merasa terpuaskan dikarenakan kurangnya variasi menu, tampilan menu, ketidaksesuaian porsi, sedangkan dari segi pelayanan tergolong baik, namun perlu menjadi evaluasi mengenai pelayanan karena adanya keluhan mengenai kesiapan karyawan, serta ketidaksesuaian *table* yang didapatkan dengan apa yang dipeservasi tamu merupakan salah satu tanggung jawab bagi karyawan Maja House dibagian reservasi, dari segi *ambience* rata-rata tamu cukup puas dengan suasana yang *cozy* dan sejuk, akan tetapi ada beberapa tamu yang memberikan komentar mengenai musik yang disajikan restoran kurang menarik, dari segi harga ada beberapa tamu yang mengeluhkan harga yang terlalu mahal bagi sebagian pengunjung yang bukan dari kalangan atas, meskipun sebenarnya harga yang diberikan sudah cukup sesuai dengan apa yang didapatkan tamu untuk restoran kelas atas (Google review dan Trip Advisor review).

Kepuasan merupakan salah satu yang diinginkan oleh setiap pelanggan di suatu restoran (Adeniran & Adekunle, 2016). Sementara itu, lebih spesifik lagi terdapat beberapa upaya yang dapat dilakukan sebuah restoran untuk meningkatkan kepuasan konsumennya melalui beberapa unsur, seperti yang diungkapkan oleh Ryu, *et al.* 2013:29 “*The quality of a restaurant’s food and its physical environment were significant factors in predicting the perceived value and satisfaction of customers.*” Kualitas makanan dan lingkungan fisik restoran menjadi factor signifikan dalam memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen.

Iqbal Kahfi Gunawan, 2018

**PENGARUH PHYSICAL ENVIRONMENT TERHADAP  
CUSTOMER SATISFACTION (Survei terhadap konsumen yang  
melakukan dine-in di Maja House)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  
perpustakaan.upi.edu

Gagic *et. al.* 2013 menjelaskan bahwa *physical environment* (*decoration, spatial layout, ambient condition*) memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen. Hanaysha(2016) dalam jurnal yang berjudul *Physical Environment as a Key Success Factor for Building Strong Brand Equity: A Study on Restaurant Industry* menyebutkan bahwa terdapat tiga dimensi dari *Physical Environment* yang dapat diimplementasikan di Maja House Bandung yaitu *decoration, ambient condition, dan spatial layout*. Berikut implementasi dari enam dimensi *Physical Environment*:

**TABEL 1.3**  
**IMPLEMENTASI *PHYSICAL ENVIRONMENT* MAJA**  
**HOUSE BANDUNG**

<i>Dimensi</i>	Sebelum	Sesudah
<i>Decoration</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurang menariknya dekorasi restoran seperti tangga pintu masu yang sudah tua, dekorasi rooftop yang terkesan gersang karena kayu-kayu yang sudah tua dan tumbuhan yang kering</li> <li>• Kurang baik dan lengkapnya kualitas atribut dan furniture di restoran seperti kursi dan meja yang terbuat dari kayu yang sudah mulai rapuh, sofa yang warnanya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bertambah dan diperbaikinya daya Tarik dan kesan estetika melalui aspek interior seperti kayu-kayu dan tanaman yang lebih fresh dan menarik juga eksterior terbaru dari tangga dan lift yang modern</li> <li>• Bertambah dan diperindahkannya berbagai kelengkapan atribut dan furniture seperti kursi meja dan sofa terbaru untuk</li> </ul>

Iqbal Kahfi Gunawan, 2018

**PENGARUH *PHYSICAL ENVIRONMENT* TERHADAP**

***CUSTOMER SATISFACTION (Survei terhadap konsumen yang melakukandine-in di Maja House)***

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  
perpustakaan.upi.edu



	<ul style="list-style-type: none"> <li>memudar dan lain-lain</li> <li>Kurang banyak dan kurang menariknya wallpaper yang tidak menekankan tema ditampilkan di restoran</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>menambah daya Tarik kepada konsumen</li> <li>Diberikan tambahan wallpaper vintage dan nature di beberapa ruangan di restoran</li> </ul>
<i>Spatial Layout</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kurang tepatnya penataan ruangan seperti, kursi, meja dan sofa yang ditempatkan tidak sesuai pada tempatnya</li> <li>Kurang rapih dan luasnya penataan ruangan seperti sofa bed dan sofa yang mempersempit jalan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Memperbaiki penataan ruangan di no smoking area dengan memindahkan beberapa sofa yang menghalangi view</li> <li>Memindahkan beberapa sofa bed ke ruangan lain sehingga memberikan keleluasaan kenyamanan bagi pelanggan pada setiap kunjungannya.</li> </ul>
<i>Ambient Condition</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tidak adanya musik yang diputar oleh pihak restoran</li> <li>Tertutupnya pencahayaan oleh beberapa sofa dan barang lain</li> <li>Tidak nyaman nya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diputarkan musik yang menarik dan berbeda saat breakfast, lunch dan dinner</li> <li>Dipindahkan dan diberikan pencahayaan yang</li> </ul>

Iqbal Kahfi Gunawan, 2018

**PENGARUH PHYSICAL ENVIRONMENT TERHADAP**

**CUSTOMER SATISFACTION (Surveiterhadapkonsumen yang melakukandine-in di Maja House)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  
perpustakaan.upi.edu

---

suhu ruangan di ruangan no smoking	baik pada setiap ruangnya
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diberikan AC pada ruangan no smoking</li> </ul>

---

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018

Mempertahankan kepuasan konsumen menjadi tantangan bagi restoran agar tidak kehilangan konsumennya. *Physical Environment* menjadi sebuah kunci untuk mempertahankan kepuasan konsumen bahkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen melalui atribut-atribut di dalamnya seperti atribut *decoration* (dekorasi), *spatial layout* (tata ruang) dan *ambient condition* (kondisi) yang diharapkan dapat meningkatkan maupun mempertahankan kepuasan konsumennya, sehingga dapat memberikan pengalaman yang baik saat mengkonsumsi produk dan jasa yang didapatkan.

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *physical environment* terhadap kepuasan konsumen maka perlu dilakukan penelitian tentang “**Pengaruh *Physical Environment* terhadap *Customer Satisfaction* di Maja House Bandung**” (Survei terhadap wisatawan yang melakukan *dine-in* di Maja House Restaurant).

### 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran mengenai *physical environment* pada Maja House Bandung?
2. Bagaimana gambaran mengenai kepuasan konsumen pada Maja House Bandung?
3. Bagaimana pengaruh *physical environment* terhadap kepuasan konsumen pada Maja House Bandung?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian, maka penelitian ini bertujuan untuk memperoleh hasil temuan mengenai:

1. Untuk memperoleh hasil temuan penerapan *physical environment*

Iqbal Kahfi Gunawan, 2018

**PENGARUH PHYSICAL ENVIRONMENT TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION (Survei terhadap konsumen yang melakukan *dine-in* di Maja House)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  
perpustakaan.upi.edu

pada Maja House Bandung

2. Untuk memperoleh hasil temuan gambaran kepuasan konsumen pada Maja House Bandung
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *physical environment* terhadap kepuasan konsumen pada Maja House Bandung

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan dari penelitian ini, terdiri dari dua jenis, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis. Dalam hal ini kegunaan teoritis dipengaruhi oleh teori-teori lama, sedangkan kegunaan praktis merupakan kegunaan untuk perusahaan, kegunaan tersebut dipaparkan sebagai berikut :

##### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Kegunaan teoritis dari penelitian ini pada Maja House Bandung adalah mengembangkan pengetahuan khususnya tentang kajian *physical environment* dan kepuasan konsumen.

##### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Kegunaan praktis dalam penelitian ini terbagi menjadi dua. Yang pertama adalah kegunaan untuk *owner* dan manajemen Maja House Bandung yang diharapkan manajemen restoran dapat meningkatkan penerapan *physical environment* dan lebih memahami kepuasan konsumen. Yang kedua adalah kegunaan untuk konsumen Maja House Bandung yang diharapkan mendapatkan penjelasan tentang *physical environment* sehingga dapat memuaskan konsumen.

Iqbal Kahfi Gunawan, 2018

**PENGARUH PHYSICAL ENVIRONMENT TERHADAP  
CUSTOMER SATISFACTION (Survei terhadap konsumen yang  
melakukan dine-in di Maja House)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  
perpustakaan.upi.edu

