

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Bisnis kuliner di Indonesia, terutama di Makassar, telah berkembang pesat dengan menawarkan berbagai jenis makanan dan minuman dengan variasi yang luas. Restoran kaki lima hingga restoran bintang lima menawarkan harga yang beragam ditawarkan kepada konsumen. Keberagaman ini menimbulkan banyak peluang bisnis khususnya dalam industri kuliner dan cukup menjadi suatu peluang bisnis yang menjanjikan karena mulai banyaknya peminat dan konsumen yang tertarik dengan restoran yang menyajikan makanan maupun minuman dengan cara yang berbeda. Semakin ketatnya persaingan pada industri restoran menyebabkan pelanggan selalu mencari produk dengan nilai terbaik karena pilihan kualitas layanan yang beragam (Abram *et al.*, 2023).

Ketertarikan terhadap budaya Korea Selatan dan gaya hidup modern adalah fenomena, terutama di kalangan remaja. Kontak budaya terjadi karena perpaduan budaya Indonesia dan Korea Selatan. Akulturasi budaya adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan perpaduan budaya. Pada era digital saat ini, ada banyak faktor yang memengaruhi munculnya akulturasi budaya, termasuk politik bebas dan pintu terbuka yang aktif, pertumbuhan komunikasi digital yang masif, dan ekonomi. Munculnya budaya Hallyu yang menggemari unsur-unsur budaya Korea juga dapat dikategorikan sebagai bentuk kreativitas dari kelompok tertentu. Karya-karya yang dihasilkan merupakan hasil kolaborasi dari suatu komunitas yang menghadapi berbagai tantangan serta dampak dari perkembangan komunikasi digital, khususnya melalui media sosial. Pada penelitian akan membahas tentang bagaimana konsep dari restoran *all you can eat* yang cukup mewabah dengan adanya pengaruh trend dari korea yang mengusung gaya restorannya dengan konsumen dapat mengambil bahan masakan dan memasak makanannya secara mandiri sesuai dengan selera maupun keinginan konsumen tersebut.

Sebelumnya oleh restoran. Sebelum mengambil bagian, pelanggan diharuskan membayar harga yang ditetapkan untuk makanan yang ingin mereka konsumsi, setelah itu mereka dapat memanfaatkannya makanannya dalam bentuk prasmanan (Hamdani *et al.*, 2024)

Sogogi Shabu & Grill, sebuah restoran yang mengusung tema Korea Selatan, merupakan salah satu contoh tempat usaha yang mengintegrasikan pengaruh nilai-nilai kebudayaan asing. Restoran ini menawarkan gaya makan khas Korea Selatan, dengan kompor di atas meja, daging panggang, sayuran rebus yang dimasak langsung, serta elemen budaya Korea Selatan yang diterapkan pada desain interior maupun eksteriornya.

Restoran *all you can eat* ini juga mempunyai konsep dimana konsumen dengan melayani diri sendiri membayar dengan harga normal bisa makan dengan sepuasnya. Pebisnis restoran *all you can eat* ini berusaha untuk membuat konsumen untuk datang terus-menerus demi menyantap makanan dan minuman dengan sepuasnya lewat harga yang sudah di tentukan dan mendorong iklim konsumerisme terhadap makanan dan godaan dari *side dish*, sayuran dan *dessert*.

Konsep kenyang yang tawarkan dapat di artikan sebagai rasa yang di timbulkan karena kepenuhan diri (*Sense of Fullness*) berlaku di sini, tak jarang konsumen mengosongkan terlebih dahulu perutnya agar dapat mencapai kepenuhan diri tersebut saat makan di restoran, sehingga kepenuhan diri tidak hanya secara aspek biologis tetapi terdapat juga beberapa kepuasan karena berhasil memaksimalkan waktu dan uang yang telah di keluarkan. Fenomena ini seperti orang dalam kehidupan sehari harinya di tuntutan untuk mengendalikan diri (Sianturi, 2020).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Syakina (2024) mengemukakan beberapa faktor yang mendorong terjadinya fenomena *full booking* restoran AYCE adalah ketika pelanggan percaya bahwa AYCE memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen apalagi dengan variasi makanan yang banyak dan harga yang relatif terjangkau. Restoran AYCE merupakan tempat ideal untuk menjadi pilihan tempat makan karena menawarkan pengalaman yang baru bagi konsumen dengan mengusung tema yang menarik.

Restoran Sogogi Shabu & Grill memiliki 2 cabang di Makassar yang terletak di Jl. Urip Sumoharjo dan Jl Pengayoman. Kedua cabang ini memiliki konsep pelayanan dan kualitas pelayanan yang sama sehingga keduanya menjadi cabang utama di wilayah masing – masing dengan kepuasan konsumen sebagai prioritas dalam menyajikan makanan mereka.

Modifikasi budaya dilakukan untuk menarik perhatian pelanggan dan menghasilkan keuntungan dari strategi pemasaran dan promosi produknya. Target konsumennya terdiri dari pengguna media sosial yang aktif dan individu yang mendukung budaya kuliner negara lain terutama Korea Selatan, di Kota Makassar.

Dalam restoran tersebut pastinya memiliki strategi-strategi tersendiri agar mampu bersaing di tengah pasar dengan peminat dan konsumen yang beragam. Maka salah satu faktor penentunya adalah dari bagaimana restoran tersebut dapat memberikan kualitas layanan yang baik bagi konsumennya. Pihak restoran harus memperhatikan aspek-aspek penting yang dapat menunjang proses pembelian atau penjualan yang akan dilakukan dalam restoran tersebut. Menurut Hibatullah dan Tjahjaningsih (2023), ketika pelanggan menilai seberapa baik kinerja suatu produk atau layanan sesuai dengan harapan mereka, mereka mengalami respons emosional yang disebut kepuasan pelanggan. Ketika layanan yang diberikan tidak dapat memenuhi harapan konsumen diskonfirmasi negatif dapat tercipta dan menyebabkan ketidakpuasan pada konsumen. Sebaliknya ketika diskonfirmasi positif terjadi pada layanan yang diberikan maka kepuasan konsumen mampu memenuhi harapan. Selanjutnya jika tidak ada yang berbeda antara harapan dan kualitas layanan yang dirasakan maka konfirmasi sederhana akan terjadi.

Caniago (2022) membahas mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, berdasarkan analisis dalam penelitian tersebut menyebutkan jika kepercayaan memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen. Kualitas layanan, ketika dinilai secara simultan, juga memiliki pengaruh relevan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Fatini dan Dewi (2020) kualitas layanan memiliki pengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan kualitas layanan terhadap minat penggunaan ulang.

Sebaliknya, terdapat beberapa penelitian yang menjelaskan berarti kualitas layanan tidak dapat mempengaruhi secara signifikan positif terhadap kepuasan konsumen seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Zeithaml, Parasuraman, dan Berry dalam Zain (2022) menyatakan bahwa berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan pada penelitian yang dilakukan oleh Nadhifah (2021) juga menyatakan hal yang sama bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan Konsumen. Penelitian ini menemukan bahwa yang mempengaruhi kualitas layanan berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan yang artinya, kualitas layanan tidak mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen. Namun, dalam hal pelayanan jasa yang ditawarkan tidak menutup kemungkinan terjadinya kesalahan atau permasalahan yang dihadapi seperti kurangnya layanan pihak Restoran Sogogi Shabu & Grill dalam hal melayani dan menyediakan kebutuhan serta harapan konsumen ketika berada di Restoran Sogogi Shabu & Grill.

Menurut Ramanathan (2022), bukti nyata menunjukkan bahwa keluhan konsumen terhadap layanan di restoran tersebut memang beralasan. Berdasarkan ulasan dari *platform* Zomato, salah satu keluhan yang sering muncul adalah beberapa pelayan terlihat asyik berbincang satu sama lain, yang mencerminkan kelemahan pada aspek keandalan (*reliability*) dalam kualitas layanan. Selain itu, beberapa pelanggan melaporkan bahwa banyak staf yang terlihat duduk-duduk sambil bermain ponsel dan tidak menyapa pelanggan saat datang maupun pergi. Perilaku ini mencerminkan kurangnya kepastian (*assurance*) dalam pelayanan.

Lebih lanjut, terdapat keluhan mengenai peralatan makan yang tampak tidak bersih, seperti alat pemanggang yang masih meninggalkan sisa makanan, yang berkaitan dengan aspek berwujud (*tangibles*). Pada aspek daya tanggap (*responsiveness*), beberapa pelanggan menyatakan ketidakpuasan terhadap lamanya penyajian makanan dan tidak dapat memesan makanan tambahan, meskipun restoran tersebut mengusung konsep “*all you can eat*”.

Terakhir, pada dimensi empati (*empathy*), terdapat keluhan bahwa staf kurang ramah dan seringkali salah dalam menyajikan pesanan. Temuan-temuan ini

membuktikan bahwa beberapa dimensi kualitas layanan perlu diperbaiki agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Berdasarkan penemuan di atas, peneliti menyimpulkan terdapat faktor yang penting untuk dijadikan tolak ukur konsumen dalam mengkonsumsi makanan di restoran *all you can eat* yaitu kualitas layanan yang diberikan oleh pihak restoran supaya dapat membuat konsumen merasa puas sehingga memungkinkan konsumen untuk melakukan niat berkunjung kembali di restoran yang sama. Sehingga berdasarkan seluruh uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Sogoi Shabu & Grill Di Makassar** sebagai judul penelitian skripsi. Judul penelitian ini diambil berdasarkan pengalaman pribadi peneliti yang kemudian menanyakan hal serupa kepada relasi peneliti bahwa apakah kualitas layanan di Restoran Sogoi Shabu & Grill di Kota Makassar layak untuk diteliti. Harapan pihak Restoran Sogoi Shabu & Grill mendapatkan solusi dan cara mengatasi permasalahan dalam hal pelayanan yang diberikan sekaligus mengetahui respon balik dari konsumen mengenai kualitas layanan yang diberikan pihak Restoran Sogoi Shabu & Grill.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah pengaruh kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen di Restoran Sogoi Shabu & Grill ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Sogoi Shabu & Grill.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Pada penelitian ini diharapkan menjadi manfaat yang terbagi atas dua (2) yaitu bermanfaat secara teoritis dan secara praktis dan dijelaskan sebagai berikut:

### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, diharapkan dapat memperbaharui pengetahuan umum dan mendapatkan referensi tentang Manajemen Hospitality, khususnya terkait dengan

pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. Adapun pada penelitian ini berguna agar mengembangkan teori-teori yang sudah ada mengenai kualitas layanan dan kepuasan konsumen

## 2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis : Agar dapat menganalisis apakah kualitas layanan berpengaruh pada kepuasan konsumen dan menganalisis kesulitan apa saja yang dapat terjadi dalam proses kualitas layanan dalam penelitian

b. Bagi Universitas : Diharapkan bahwa penelitian ini dapat berfungsi sebagai referensi dan pustaka bagi mahasiswa yang berkepentingan. Diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi penelitian selanjutnya.