

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Sejarah makanan Jepang di Indonesia adalah contoh bagaimana pertukaran budaya melalui makanan telah menciptakan hubungan yang erat antara dua negara. Dengan peningkatan minat masyarakat Indonesia terhadap budaya Jepang, makanan Jepang diharapkan akan terus berkembang dan menjadi lebih terintegrasi dengan makanan lokal, menciptakan hidangan-hidangan yang unik dan lezat. Salah satu ciri khas yang membuat masakan Jepang berbeda dan unik adalah kehadiran rasa umami, yang memberikan sensasi rasa mendalam dan nikmat. Rasa ini berbeda dari empat rasa lainnya seperti manis, asam, asin dan pahit. Umami sering dihubungkan dengan penggunaan *monosodium glutamat* (MSG).

Meskipun menghargai tradisi, orang Jepang juga dikenal karena inovasi kuliner yang kreatif. Budaya kuliner Jepang telah menjadi salah satu daya tarik utama bagi wisatawan Internasional. Makan di restoran adalah sebuah bentuk rekreasi yang selalu memberikan pengalaman yang luar biasa, terutama ketika kita memiliki kesempatan untuk menyaksikan langsung kokinya memasak dan menyajikan makanan dengan penuh dedikasi. Sensasi ini menciptakan momen yang tidak akan pernah terlupakan. Salah satu contoh yang menarik dalam Jepang terkenal dengan inovasi makanan yang konsepnya unik, mulai dari kue dalam kaleng hingga wafer cokelat yang bisa dipanggang.

Pasar makanan Jepang terkenal dengan inovasi dan adaptasinya yang tiada henti terhadap perubahan permintaan konsumen. Kepuasan Konsumen adalah

tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan apa yang dia terima dan harapannya (Masinambow 2021). Kepuasan seseorang dalam sebuah pembelian tergantung pada kualitas produk dan jasa.

Korea Selatan merupakan salah satu negara yang telah berhasil mengenalkan budayanya ke dunia Internasional melalui *Korean wave* atau *K-pop*. perkembangan *Korean Wave* dapat dilihat dari tumbuhnya minat kaum muda terhadap kebudayaan Korea Selatan. Korea mulai dikenal oleh masyarakat dunia, budaya *K-pop* banyak menarik perhatian para remaja untuk menyukai berbagai hal tentang Korea Selatan.

Demam K-Pop di Indonesia memang sedang tinggi-tingginya. Segala hal yang berbau Korea, mulai dari musik, drama, *fashion*, sampai makanan menjadi sangat populer di Indonesia. Mulai dari anak-anak sampai orang tua, mereka semua seperti terhipnotis dengan apapun yang berhubungan dengan negeri gingseng ini. salah satunya adalah makanan Korea. *K-food* (*Korean food*) merupakan istilah untuk menyebutkan makanan khas buatan Korea. Kepopuleran itu akhirnya membuat banyak gerai di Indonesia menjualnya, mulai dari *tteokbokki* hingga *corn dog*.

Tren *K-Pop* dan drama Korea telah banyak membawa dampak besar bagi masyarakat di Indonesia. Salah satu efek yang paling terlihat yaitu kepopuleran makanan Korea di Indonesia. Mungkin dulu makanan Korea sulit ditemukan di Indonesia. Tetapi karena minat yang tinggi, kini kita bisa dengan mudah menemukan makanan Korea di Indonesia, bahkan di penjual kaki lima sekalipun.

Seiring dengan trennya makanan Korea, makanan dari negeri sakura kini pun mulai mencari jati dirinya kembali di dunia kuliner internasional. Terlebih makanan Jepang di Indonesia sudah diperkenalkan sejak akhir 1960-an. Data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2020 menyebut terdapat 357 restoran Jepang di Indonesia, yang di antaranya 57 restoran di Surabaya. "Jumlah ini mengalami pasang surut terutama saat pandemi Covid-19," tulis artikel yang dipublikasi Februari 2023 tersebut.

Seiring berjalannya waktu, makanan Jepang semakin populer di kalangan masyarakat Indonesia. Rasanya yang lezat, penggunaan bahan segar, dan presentasi yang indah membuat makanan Jepang menarik bagi banyak orang. Beberapa hidangan seperti sushi bahkan mengalami adaptasi lokal dengan menggunakan bahan-bahan lokal, seperti ikan laut Indonesia. Makanan Jepang juga memasuki budaya populer Indonesia. Manga dan anime Jepang telah memengaruhi banyak generasi muda, yang kemudian menjadi penggemar makanan Jepang.

Pemahaman tentang budaya Jepang yang luas, termasuk makanannya, telah menjadi bagian penting dari gaya hidup sebagian besar penduduk Indonesia. Hingga saat ini, makanan Jepang tetap menjadi pilihan kuliner yang populer di Indonesia. Banyak restoran dan kedai sushi berkualitas tinggi yang menjamur di seluruh negeri. Selain itu, tren makanan sehat dan gaya hidup yang ramah lingkungan telah membuat hidangan Jepang semakin diminati karena penekanan mereka pada bahan-bahan segar dan kesehatan.

Kita dapat mengatakan bahwa penjual telah menghantarkan kualitas ketika produk atau jasanya memenuhi atau melebihi ekspektasi konsumen. Perusahaan yang memuaskan sebagian besar kebutuhan konsumennya sepanjang waktu disebut perusahaan berkualitas, tetapi kita juga harus membedakan antara kesesuaian kualitas dan tingkat kualitas.

Kualitas pelayanan adalah landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Dalam hal ini perusahaan dapat dikatakan baik jika mampu menyediakan barang atau jasa sesuai dengan keinginan pelanggan, kualitas produk dan kinerja layanan yang baik akan sangat berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan konsumen. Dimana hal tersebut diperoleh dengan cara membandingkan jenis pelayanan satu dengan pelayanan lain yang sejenis.

Kepuasan Konsumen pada dasarnya merupakan proses pemecahan masalah. Peneliti menggunakan variabel kepuasan konsumen ini karena studi tentang kepuasan pembelian masih layak untuk diteliti mengingat semakin banyaknya produk makanan yang dijual mengakibatkan perlunya berbagai pertimbangan bagi masyarakat dalam menciptakan kepuasan bagi konsumen.

Berdasarkan survei awal yang dilakukan oleh penulis terhadap beberapa pelanggan Atariki, yang menyatakan bahwa mereka tertarik mencoba produk Atariki karena letak tepat yang strategis, penyajian yang higienis serta suasana resto yang menarik. Berdasarkan hasil observasi bersama 30 konsumen Atariki, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen tersebut, faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen,

yaitu di antaranya adalah kualitas pelayanan, inovasi produk dan lokasi yang ada pada restoran Atariki Lhokseumawe.

Selain itu, pihak Atariki juga harus memikirkan bagaimana mempertahankan bisnisnya agar terus berlanjut. Salah satunya adalah dengan memberikan kualitas layanan yang baik. Kualitas layanan juga berperan untuk dapat mempertahankan kepuasan konsumen. Kualitas dapat dipandang secara luas sebagai keunggulan sebagai penyampaian layanan yang relatif istimewa atau superior terhadap harapan pelanggan (Aria dan Atik 2018). Kualitas pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan kualitas pelayanan prima. Pelayanan yang diberikan pada restoran Atariki tidak sebatas penyediaan prasarana/sarana saja, mereka juga memberikan pelayanan prima kepada pelanggan.

Berdasarkan observasi penulis dari 30 konsumen Atariki yang di tanyai mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Atariki, 25 pelanggan mengatakan bahwa puas dengan kualitas pelayanannya yang diberikan Atariki. Sedangkan 5 konsumen lainnya, mengatakan kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan restoran Atariki karena item menu yang lumayan mahal, hal tersebut akan membuat konsumen berfikir dua kali dalam melakukan pemesanan. Serta pemindahan wadah makanan pada meja konsumen yang terlalu cepat, hal ini akan berdampak pada kepuasan pelanggan.

Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sejalan dengan penelitian (Carranza et al., 2018; Shahzadi et al.,

2018) mengidentifikasi kesamaan di seluruh temuan para peneliti ini dan menunjukkan bahwa kualitas makanan, fisik kualitas lingkungan dan kualitas layanan karyawan merupakan faktor utama yang mempengaruhi pilihan restoran dan pengalaman bersantap pelanggan dan nilai yang dirasakan pelanggan. Oleh karena itu, ketiga faktor inilah yang menjadi penentu restoran cepat saji

Selain kualitas pelayanan, konsumen Atariki juga puas melakukan pembelian terhadap produk Atariki dikarenakan faktor inovasi produk. Inovasi produk yaitu salah satu cara untuk memberikan poin tambahan yang merupakan salah satu komponen kunci keberhasilan operasional bisnis, yang dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan sehingga membutuhkan produk yang berkualitas (Abdul et al., 2018). Namun, sayangnya pada resto Atariki masih terdapat beberapa inovasi yang kurang diantaranya adalah kurangnya inovasi pada produk minuman yang umumnya terdapat pada resto lain, (yaitu hanya tersedianya dua varian rasa minuman).

Hal ini merupakan salah satu faktor yang mendorong minat konsumen terhadap makanan di restoran Atariki. Oleh karena itu inovasi produk harus lebih ditingkatkan lagi agar semakin besarnya minat konsumen untuk membelinya. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, bahwa variabel inovasi produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli produk makanan di restoran Atariki. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alan Fabuari (2021) dalam penelitiannya *The Pengaruh Inovasi Produk dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Jhon's Bakery di Batam City*

menyatakan inovasi produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

Selain faktor kualitas pelayanan dan inovasi produk, juga terdapat faktor lokasi. Lokasi merupakan unsur penting pada penyampaian produk atau jasa. Lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seorang konsumen untuk datang dan berbelanja (Ilfi, 2020). Perusahaan harus pintar dalam menentukan lokasi mana yang lebih strategis. Sebuah perusahaan membutuhkan tempat atau lokasi untuk menjual produk mereka, lokasi yang strategis dan mudahnya produk tersebut dicari, dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi penggunanya. Lokasi berpengaruh terhadap keputusan yang diambil konsumen untuk membeli suatu produk.

Sebelum seseorang atau sekelompok orang memutuskan untuk membeli makanan dan minuman, mereka juga akan mempertimbangkan lokasi tempat toko makanan tersebut. Sebagian besar orang lebih memilih lokasi tempat yang dekat dan sudah terpercaya atau sering dikunjungi konsumen. Berdasarkan observasi penulis, diketahui bahwa masih terdapat ketidakpuasan dalam hal lokasi. Lokasi restoran Atariki memiliki keterbatasan lahan parkir, hal tersebut akan mengganggu pengguna jalan dan juga rawan terjadinya tindak kriminal seperti kendaraan rusak atau sebagainya.

Menurut Rilcudurano (2018) mengatakan bahwa lokasi resto harus strategis dan memperhatikan jumlah lahan parkir yang tersedia, hal ini dikarenakan pelanggan akan terdorong berkunjung ke resto jika adanya jangkauan area yang mudah bagi mereka untuk diakses. Hal ini sejalan dengan penelitian yang

dilakukan oleh Afifudin pengaruh lokasi, promosi dan harga terhadap kepuasan konsumen di wisata bahari lamongan vol 5, nomor 12. Menunjukkan bahwa lokasi, promosi dan harga masing masing mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat menggambarkan bahwa ada bukti empiris yang kuat bahwa variable kualitas pelayanan, inovasi produk dan lokasi berkontribusi terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Atariki Lhokseumawe”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka diidentifikasi rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Atariki Cabang Lhokseumawe ?
2. Bagaimanakah inovasi produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan Konsumen Atariki ?
3. Bagaimanakah Lokasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Atariki ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian sebagai berikut:



1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Inovasi Produk terhadap kepuasan konsumen Atariki cabang Lhokseumawe.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Lokasi terhadap kepuasan konsumen Atariki cabang Lhokseumawe.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Atariki cabang Lhokseumawe.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini dapat ditinjau dari segi teoritis dan praktis.

##### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

1. Sebagai masukan dan pengembangan ilmu pemasaran, terutama pada bidang strategi pemasaran dan perilaku konsumen.
2. Sebagai salah satu bagian dari membangun dan mengembangkan konsep kepuasan pelanggan pada restoran Atariki.

##### **1.4.2 Manfaat praktis**

###### **1. Bagi Akademik**

Peneliti berharap dari hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat pengetahuan bagi para pembaca mengenai kepuasan pelanggan pada Restoran Atariki beserta dampak yang didapatkan dari sebuah kepuasan pelanggan

## 2. Bagi perusahaan

Peneliti berharap dari hasil penelitian ini digunakan sebagai bahan evaluasi terhadap Restoran Atariki dan sebagai sarana untuk memperluas pengetahuan dan lebih memahami pengaruh kualitas pelayanan, inovasi produk dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan sehingga perusahaan dapat menerapkan strategi yang efektif, efisien dan tepat sasaran untuk kedepannya guna meningkatkan konsumen. Selanjutnya bagi Peneliti berharap dari hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan atau sumber referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.