

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor kuliner di Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Informasi yang dipublikasikan pada Juni 2022 oleh Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa sektor kuliner Indonesia mengalami perkembangan yang signifikan pada tahun 2023. Diketahui bahwa sejumlah 4.854.311 bisnis kuliner telah beroperasi di berbagai wilayah di Indonesia (Astrilestari & Basuki, 2024). Mayoritas dari bisnis kuliner ini, yakni 1.201.714 bisnis restoran, 168.878 bisnis di bidang *catering*, sisanya 3.483.719 termasuk dalam kategori bisnis kuliner lainnya.

Kondisi serupa dilihat di Pulau Jawa, sebagai pusat pemerintahan, bisnis, dan pendidikan, Pulau Jawa menjadi magnet bagi pelaku industri kuliner untuk memperluas pasar mereka. Dinamika urbanisasi dan pertumbuhan ekonomi lokal terus mendorong meningkatnya jumlah penyedia makanan dan minuman di wilayah ini, terutama di kota-kota yang memiliki penduduk cukup banyak, layaknya Jakarta, Yogyakarta, Semarang, Serang, Bandung dan tentunya Surabaya. Berikut disajikan mengenai jumlah tempat makan di Pulau Jawa.

Tabel 1. 1 Jumlah Tempat Makan di Pulau Jawa 2020-2023

Nama Provinsi	Jumlah Rumah Makan/Restoran			
	2020	2021	2022	2023
DKI Jakarta	3.923	3.062	4.460	80.037
Jawa Barat	1.038	784	1.175	264.666
Jawa Tengah	241	342	441	181.019
D.I Yogyakarta	170	170	277	25.175
Jawa Timur	488	432	534	193.335
Banten	398	295	387	59.922

Sumber: bps.go.id, 2024

Pertumbuhan ini mencerminkan perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin konsumtif, mereka memilih membeli makanan daripada memasak sendiri di rumah. Ungkapan ini diperkuat oleh studi terdahulu yang mengindikasikan bahwa pola hidup yang padat dan keterbatasan waktu untuk memasak mendorong konsumen untuk memilih makan di luar, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan mereka dalam memilih restoran (Wijaya et al., 2019). Melihat peluang tersebut, para pelaku usaha kuliner memanfaatkan momentum untuk mengembangkan bisnis dengan menawarkan makanan lokal hingga internasional.

Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, meningkatkan jumlah pelanggan tidak hanya memerlukan strategi pemasaran yang kreatif, tetapi juga pemahaman mendalam terhadap perilaku konsumen. Berdasarkan teori perilaku konsumen, keputusan pembelian melibatkan beberapa tahap, yakni seseorang menyadari kebutuhannya, lalu mencari informasi, membandingkan pilihan, memutuskan untuk membeli, dan akhirnya menilai apakah keputusan tersebut memuaskan atau tidak (Sillia, 2023). Penelitian milik Elyana & AC (2023) menjabarkan bahwasannya apabila kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan tinggi, tentu makin tinggi juga tingkat loyalitasnya pada *brand* atau produk dari perusahaan tersebut.

Membangun loyalitas pelanggan bukan hanya strategi, tetapi juga investasi penting dalam keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis. Menurut Kotler dan Keller dalam Wulandari & Sadjuni (2024), pelanggan menunjukkan loyalitas melalui tekadnya yang kuat untuk terus memilih atau mendukung barang atau layanan tertentu di kemudian hari, walaupun terdapat elemen situasional dan taktik promosi

pesaing yang dapat mengarahkan mereka untuk berpaling. Loyalitas pelanggan tidak hanya berkontribusi pada pendapatan melalui pembelian berulang, tetapi juga dengan cara memberi saran kepada orang lain tentang sesuatu yang menurut kita bagus dan layak dicoba. Dalam pasar yang kompetitif, loyalitas membantu perusahaan membangun hubungan jangka panjang, menekan biaya akuisisi pelanggan baru, dan menciptakan stabilitas pendapatan (Dentsu Indonesia, 2024).

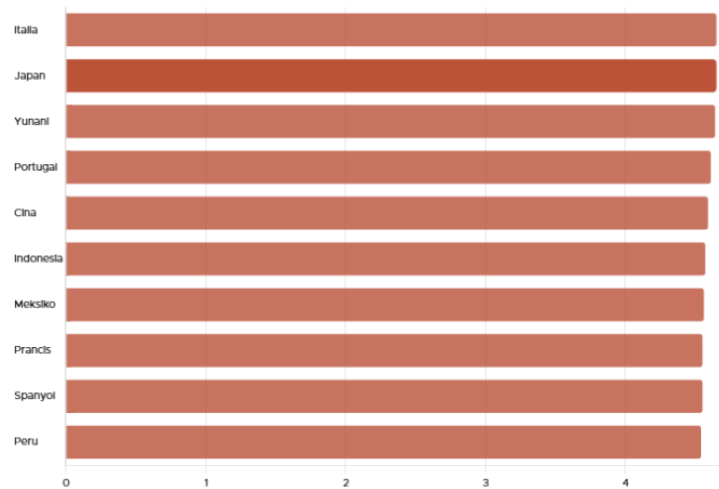
Kualitas layanan termasuk satu dari beberapa elemen yang berpengaruh pada loyalitas pelanggan. Menurut Lena dalam Wulandari & Sadjuni (2024), pelayanan yang berkualitas tinggi secara signifikan dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Pelayanan yang ramah, cepat, dan personal akan membuat pelanggan merasa dihargai dan diperhatikan. Selain itu, karyawan yang terampil dan profesional juga berperan penting dalam menciptakan pengalaman bersantap yang menyenangkan. Kemampuan untuk menangani keluhan pelanggan dengan baik juga menjadi faktor kunci dalam menjaga loyalitas, ketika pelanggan merasa bahwa keluhan mereka didengarkan dan ditanggapi dengan serius, mereka akan lebih cenderung untuk memberikan kesempatan kedua (Cuppa.so, 2025).

Selain layanan yang prima, mutu produk juga memiliki peranan yang sangat krusial dalam menciptakan hubungan yang solid dengan konsumen. Kualitas produk adalah kumpulan sifat dan karakteristik yang membuat suatu produk lebih unggul dibandingkan produk lainnya (Moko et al., 2021). Ketika pelanggan merasakan kualitas rasa yang konsisten, bahan segar, olahan higienis, tentu mereka akan cenderung puas dan berinisiatif untuk kembali lagi. Tidak hanya dari segi bahan baku, inovasi dalam menu juga menjadi kunci untuk mempertahankan minat

pelanggan, dengan terus menghadirkan variasi menu yang menarik dan mengikuti tren kuliner terkini, perusahaan dapat menjaga daya tariknya di mata pelanggan. Pernyataan diatas sesuai dengan riset milik Liana et al., (2024) yang mengatakan bahwasannya tanpa kepuasan, meskipun produk berkualitas, belum tentu pelanggan akan tetap setia.

Analisis pasar yang cermat perlu dilakukan untuk menentukan harga yang tepat, hal ini sangat penting dalam menjaga loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang semakin intens. Artikel ilmiah milik Tambunan & Prabowo (2023) mengemukakan bahwa harga yang kompetitif namun tetap mencerminkan kualitas produk akan memberikan kepuasan hingga pada meningkatkan kelayakitan pelanggan. Namun kadang kala harga yang terbilang murah juga bisa menciptakan anggapan buruk mengenai mutu produk dan harga yang terbilang mahal bisa membuat pelanggan merasa keberatan. Maka disini, penetapan harga sebaiknya dilihat sebagai elemen penting dalam strategi pemasaran secara keseluruhan, bukan hanya dipertimbangkan dari aspek keuangan saja (Poltak et al., 2021).

Industri kuliner Jepang di negara Indonesia sendiri meningkat secara signifikan belakangan ini. Popularitas hidangan Jepang, khususnya *sushi*, semakin meningkat seiring dengan pengaruh global dari reputasi kuliner Jepang yang mendunia. Dalam peringkat TasteAtlas Awards 2023/2024, Jepang menempati posisi kedua dengan skor 4,65 untuk sajian kuliner terbaik (TasteAtlas, 2023). Dengan reputasinya itu, tidak mengherankan jika dalam beberapa dekade terakhir, *sushi* yang merupakan makanan khas Jepang ini menjadi kuliner internasional yang paling populer di Indonesia.

Gambar 1. 1 Peringkat *TasteAtlas Awards* 2023/2024

Sumber: www.tasteatlas.com, 2023

Salah satu tempat yang menyajikan sushi di Indonesia adalah Tom Sushi. Didirikan pada tahun 2017 dan merupakan bagian dari anak perusahaan Sushi Tei Group, sebuah perusahaan besar yang telah sukses mengelola berbagai restoran Jepang di Indonesia. Restoran ini memiliki beberapa cabang di beberapa kawasan seperti Jakarta, Palembang, Manado, Bogor, Tangerang, Solo, Yogyakarta, Medan, Pekanbaru, Semarang, Depok, Bekasi, Bandung, Bali, dan Surabaya. Hal itu tentu memberikan akses lebih luas kepada masyarakat untuk menikmati hidangan Jepang berkualitas dan memperkuat merek Tom Sushi di industri kuliner. Berikut disajikan daftar lokasi restoran Tom Sushi di Kota Surabaya.

Tabel 1. 2 Daftar Lokasi Restoran Tom Sushi Kota Surabaya

Lokasi	Alamat
Trans Icon Mall Surabaya - Lantai Dasar Blok 06-07	Jalan Ahmad Yani No. 260, Kecamatan Wonocolo.
Pakuwon Trade Center - Lantai Dasar Blok C1-01	Jalan Raya Lontar No.2, Kecamatan Wiyung.
Mall Tunjungan Plaza 4 - Lantai 5 Blok 43-45	Jalan Basuki Rahmat No.8012, Kecamatan Tegalsari.
BG Junction Mall - Lobi Level B8-12	Jl. Bubutan No.1-7, Bubutan, Kec. Bubutan, Surabaya, Jawa Timur 60174

Sumber: sushiteigroup.co.id, 2024

Keberhasilan Tom Sushi dalam menarik berbagai kalangan masyarakat tak lepas dari kualitas produk yang ditawarkan. Salah satu daya tarik utama restoran ini adalah berbagai pilihan sushi yang menjadi favorit pelanggan. Tom Sushi menyajikan beragam varian sushi yang menggugah selera, mulai dari sushi tradisional hingga inovasi modern yang disesuaikan dengan preferensi lokal. Selain itu, produk Tom Sushi telah tersertifikasi Halal MUI sejak Maret 2018. Sertifikasi ini menjamin bahwa setiap hidangan yang disajikan memenuhi standar kehalalan, sehingga memberikan rasa aman bagi pelanggan. Dengan komitmen terhadap kehalalan dan kualitas, Tom Sushi berhasil menarik berbagai kalangan masyarakat. Berikut adalah beberapa varian menu andalan di restoran Tom Sushi yang sering disebutkan oleh pelanggan melalui ulasan di *google*, diantaranya *kanimayo lava roll*, *beef tamago cheese maki*, *aburi flower sushi* dan *volcano*.

Gambar 1. 2 Menu Andalan Pelanggan Tom Sushi



Sumber: www.instagram.com/tomsushiidn, 2024

Harga yang ditawarkan di Tom Sushi pun cukup bervariasi, memberikan fleksibilitas kepada para pelanggan untuk dapat memilih menu yang dirasa sesuai dengan anggarannya. Dengan mempertimbangkan berbagai segmen pasar, Tom Sushi menghadirkan pilihan harga yang terjangkau untuk konsumen yang ingin menikmati hidangan Jepang berkualitas tinggi tanpa harus mengeluarkan biaya yang berlebihan. Restoran ini memahami pentingnya menciptakan keseimbangan antara kualitas dan harga yang kompetitif, sehingga pelanggan dapat merasakan

pengalaman makan yang memuaskan tanpa merasa terbebani secara finansial. Berikut ini disajikan rentang harga menu di restoran Tom Sushi, yang dapat memberikan gambaran lebih jelas bagi pelanggan sebelum menikmati hidangan.

Tabel 1. 3 Daftar Harga Menu Tom Sushi

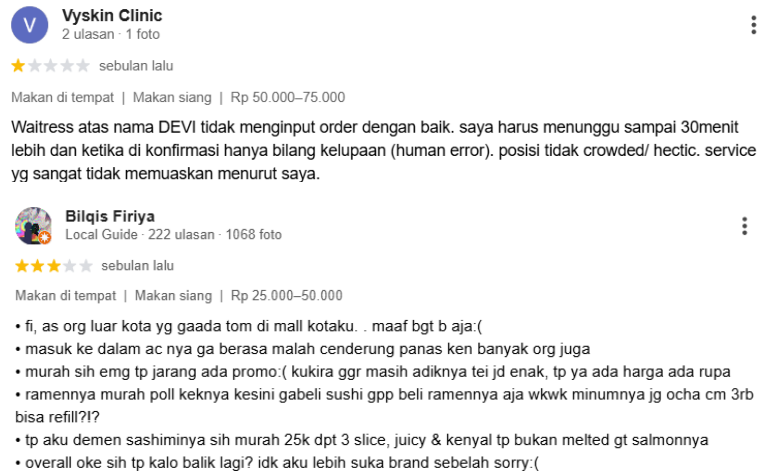
Menu	Harga
<i>Seasonal Menu</i>	15.000 – 25.000
<i>Sashimi</i>	25.000
<i>Gunkan</i>	15.000 – 20.000
<i>Donburi</i>	20.000 – 25.000
<i>Nigiri</i>	10.000 – 25.000
<i>Makimono</i>	10.000 – 25.000
<i>Noodles</i>	20.000
<i>Sides</i>	10.000 – 25.000
<i>Dessert</i>	15.000 – 20.000
<i>Drinks</i>	3.000 – 45.000

Sumber: menu.tomsushi.co.id, 2024

Tom Sushi Surabaya memiliki rata-rata ulasan sebanyak 180 dengan rating rata-rata 4,3. Meskipun restoran ini telah menerapkan berbagai strategi untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, sejumlah pelanggan masih menyampaikan keluhan dan ketidakpuasan mereka. Berdasarkan informasi yang diperoleh, beberapa keluhan yang sering muncul antara lain terkait dengan cita rasa yang kurang konsisten, di mana beberapa pelanggan merasa rasa sushi saat ini lebih asin dan ada yang menilai bahwa rasa yang ditawarkan masih tergolong biasa saja, dengan persepsi “*ada harga, ada kualitas*”. Selain itu, suasana restoran juga kurang nyaman karena suhu ruangan yang panas, akibat *AC* yang tidak berfungsi optimal, ditambah dengan kondisi antrian yang panjang dan adanya *waiting list*, sehingga pelanggan merasa terburu-buru saat menikmati hidangan. Beberapa pelanggan juga melaporkan bahwa waktu tunggu pesanan cukup lama, terutama saat restoran

sedang ramai, dan terkadang terjadi kesalahan dalam penginputan pesanan oleh karyawan meskipun restoran tidak sedang dalam keadaan penuh.

Gambar 1. 3 Ulasan Pelanggan Tom Sushi Pada *Google*



Sumber: *google my profile* Tom Sushi Surabaya, 2024

Tinjauan dari pelanggan Tom Sushi yang tersedia di *platform Google* memberikan gambaran tentang pengalaman mereka selama berkunjung ke restoran tersebut. Sebagian besar memberikan penilaian positif, namun juga terdapat beberapa ulasan yang mengungkapkan masukan atau saran untuk perbaikan, terutama terkait dengan aspek harga, produk, dan waktu pelayanan. Secara keseluruhan, ulasan ini mencerminkan tingkat kepuasan hingga pada tingkat kesetiaan pelanggan terhadap restoran Tom Sushi Surabaya.

Berdasarkan uraian paragraf yang sudah dijabarkan, penulis berminat melaksanakan penelitian skripsi dengan judul "**Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Tom Sushi Surabaya).**"

1.2 Perumusan Masalah

Mengacu pada uraian sebelumnya, maka pertanyaan penelitian dalam studi ini dirumuskan seperti uraian di bawah ini:

1. Apakah kualitas layanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Tom Sushi Surabaya?
2. Apakah kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Tom Sushi Surabaya?
3. Apakah harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Tom Sushi Surabaya?
4. Apakah kualitas layanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Tom Sushi Surabaya?
5. Apakah kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Tom Sushi Surabaya?
6. Apakah harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Tom Sushi Surabaya?
7. Apakah kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Tom Sushi Surabaya?
8. Apakah kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Tom Sushi Surabaya?
9. Apakah kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Tom Sushi Surabaya?
10. Apakah harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Tom Sushi Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Melihat permasalahan yang akan diidentifikasi, maka penelitian ini dimaksudkan untuk:

1. Mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh dari kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Tom Sushi Surabaya.
2. Mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh dari kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Tom Sushi Surabaya.
3. Mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh dari harga terhadap kepuasan pelanggan Tom Sushi Surabaya.
4. Mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh dari kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Tom Sushi Surabaya.
5. Mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh dari kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Tom Sushi Surabaya.
6. Mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh dari harga terhadap loyalitas pelanggan Tom Sushi Surabaya.
7. Mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh dari kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Tom Sushi Surabaya.
8. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Tom Sushi Surabaya.
9. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Tom Sushi Surabaya.
10. Mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Tom Sushi Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Mengacu pada maksud penulisan riset ini, maka manfaat yang bisa diperoleh, antara lain:

1. Kegunaan Teoritis

Diharapkan, penelitian ini bisa menambah wawasan bagi kalangan akademisi dan publik, terutama dalam memahami elemen-elemen yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan, serta bagaimana peran dari kepuasan pelanggan sebagai variabel mediator disini.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi substansial bagi berbagai pemangku kepentingan. Bagi peneliti, kajian ini berfungsi sebagai sarana pembelajaran yang komprehensif dalam penerapan teori pemasaran, pengasahan keterampilan analitis, serta penguatan kapabilitas dalam formulasi keputusan berbasis evidensi empiris. Bagi korporasi, hasil temuan penelitian ini dapat dijadikan landasan strategis bagi manajemen Tom Sushi Surabaya dalam menyusun kebijakan bisnis yang lebih optimal guna meningkatkan tingkat kepuasan serta retensi pelanggan, sekaligus memperluas pangsa pasar melalui akuisisi konsumen baru. Lebih lanjut, bagi entitas eksternal, khususnya para pelaku usaha di industri kuliner, penelitian ini dapat menjadi referensi fundamental dalam menyusun strategi peningkatan daya saing dan efektivitas operasional melalui pemahaman yang lebih mendalam mengenai determinan kepuasan dan loyalitas pelanggan.