

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kuliner di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan, ditandai dengan meningkatnya jumlah restoran dan variasi kuliner yang ditawarkan. Dalam persaingan yang semakin ketat ini, kepuasan pelanggan menjadi faktor kunci dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas konsumen. Kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk yang ditawarkan, tetapi juga oleh kualitas layanan yang diberikan oleh restoran.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi persepsi dan kepuasan pelanggan terhadap suatu restoran. Kualitas produk dalam konteks kuliner mencakup cita rasa, tampilan, kebersihan, serta konsistensi makanan yang disajikan. Produk makanan yang lezat, disajikan dengan menarik, dan sesuai dengan standar kebersihan akan meningkatkan pengalaman positif pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2022), kualitas produk adalah keseluruhan karakteristik suatu produk yang mendukung kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan pelanggan. Penelitian terbaru oleh Maulana dan Hadita (2024) menunjukkan bahwa kualitas produk makanan memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Kopi Tuku Bekasi, yang menegaskan bahwa aspek ini tidak boleh diabaikan dalam bisnis kuliner.[1]

Kualitas layanan adalah faktor lain yang sangat menentukan tingkat kepuasan pelanggan dalam industri jasa, termasuk restoran. Kualitas layanan

mencerminkan sejauh mana pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan, baik dari segi kecepatan, keramahan, ketepatan, maupun kenyamanan. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam model SERVQUAL, kualitas layanan dapat diukur melalui lima dimensi utama: keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*). Zeithaml et al. (2023) menyatakan bahwa persepsi kualitas layanan sangat berpengaruh dalam menciptakan kepuasan pelanggan yang berkelanjutan. Penelitian oleh Pratondo dan Eviani (2024) di Asia Restoran Mega Kuningan menunjukkan bahwa kualitas layanan yang unggul secara signifikan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan.[2]

Kepuasan pelanggan merupakan respons emosional yang muncul setelah pelanggan mengevaluasi pengalaman mereka dalam mengonsumsi produk dan menerima layanan. Kepuasan terjadi ketika kinerja aktual dari produk atau jasa sesuai atau melebihi harapan pelanggan. Oliver (2022) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil dari perbandingan antara ekspektasi awal dan persepsi nyata setelah penggunaan produk atau layanan. Dalam industri restoran, kepuasan pelanggan menjadi indikator penting untuk mengukur keberhasilan bisnis, karena pelanggan yang puas cenderung loyal dan bersedia merekomendasikan restoran kepada orang lain. Penelitian terbaru oleh Daud et al. (2025) di Restoran Miss Mojito Bandar Lampung menegaskan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi kuat oleh kualitas produk dan layanan yang diberikan, yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas pelanggan.[3]

Restoran Bakso Domas, yang berlokasi di Dusun Domas, Desa/Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur 61362, merupakan salah satu tempat

makan bakso yang cukup populer, dikenal dengan variasi bakso beranak dan bakso lava yang unik. Namun, berdasarkan hasil observasi lapangan serta ulasan pelanggan di Google Review dan media sosial, terdapat beberapa permasalahan spesifik yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, kualitas rasa yang tidak konsisten, misalnya rasa kuah kadang terlalu asin atau hambar tergantung hari kunjungan, kebersihan meja dan alat makan yang kurang terjaga, terutama saat pengunjung ramai, waktu penyajian lama hingga lebih dari 30 menit tanpa pemberitahuan, terutama saat akhir pekan atau libur Panjang, pelayanan yang kurang ramah dan informatif, khususnya terhadap pelanggan baru, fasilitas tempat makan yang kurang nyaman, seperti suhu ruangan panas dan tempat duduk terbatas.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Bakso Domas Mojokerto. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi peningkatan kualitas produk dan layanan, serta memberikan wawasan bagi pelaku usaha kuliner lainnya dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di restoran bakso Domas Mojokerto?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di restoran bakso Domas Mojokerto?
3. Apakah kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di restoran bakso Domas Mojokerto?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas terhadap kepuasan pelanggan di restoran bakso Domas Mojokerto.
2. Untuk mengkaji dan menganalisis kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di restoran bakso Domas Mojokerto.
3. Untuk mengetahui apakah Kualitas produk dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di restoran bakso Domas Mojokerto.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

- Memperkaya khazanah ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran, khususnya terkait pengaruh kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam konteks industri restoran lokal.
- Menyediakan landasan empiris bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang tertarik untuk mengkaji topik serupa dengan lingkup yang lebih luas atau konteks yang berbeda.

b. Manfaat Praktis

- Memberikan informasi yang komprehensif dan rekomendasi yang *actionable* kepada manajemen restoran bakso Domas Mojokerto dalam upaya meningkatkan kualitas produk dan layanan, sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.
- Menjadi bahan evaluasi dan dasar pengambilan keputusan bagi manajemen restoran dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien.