

BAB I

PENDAHULUAN

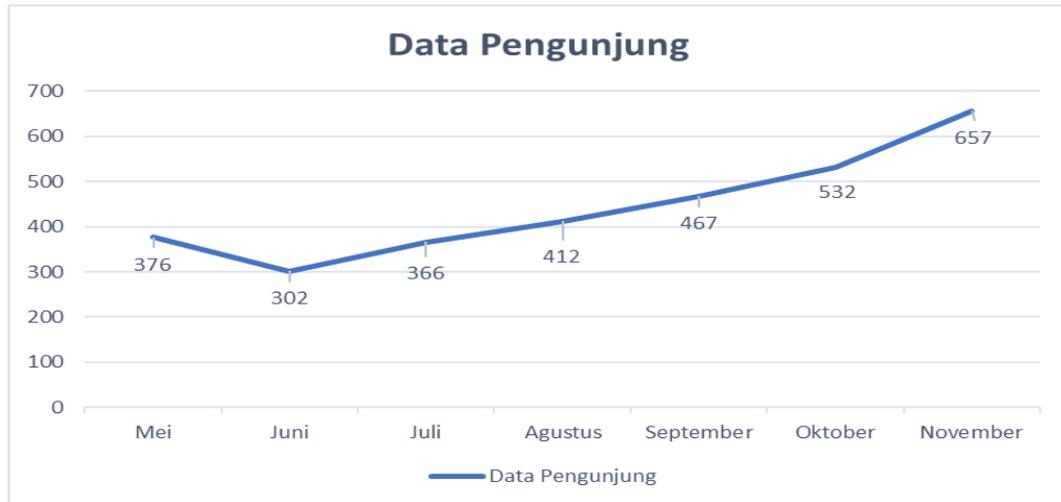
1.1 Latar Belakang

Dengan perkembangan zaman yang semakin pesat saat ini terdapat peluang dan tantangan baru bagi industri khususnya bagi industri pariwisata. *World Tourism Organization* (WTO) pada tahun 1999 Mengemukakan bahwa Pariwisata adalah aktivitas orang yang melakukan perjalanan dan tinggal di tempat tujuan di luar lingkungan kesehariannya untuk waktu tidak lebih dari satu tahun, untuk tujuan rekreasi, bisnis, dan tujuan lainnya. Selama berada di tempat tersebut, individu terlibat dalam berbagai kegiatan yang mendukung tujuan perjalanannya salah satu destinasi wisata di indonesia saat ini adalah Bali.

Banyaknya orang yang ingin pergi ke Bali untuk berlibur menciptakan persaingan antar industri khususnya pada industri makanan dan minuman (Restoran). WTO mengungkapkan bahwa Restoran adalah fasilitas komersial yang menyediakan layanan penyediaan makanan dan minuman dengan standar tertentu untuk memenuhi kebutuhan wisatawan maupun masyarakat umum. *Davis et al.* (2008) juga mengemukakan bahwa Restoran adalah suatu bisnis atau usaha komersial yang menawarkan makanan dan minuman kepada pelanggan, baik untuk dinikmati di tempat maupun dibawa pulang. Fokus utama restoran adalah memberikan pengalaman makan yang menyenangkan bagi pelanggan. Salah satu restoran yang ada di Bali khususnya di Lovina terdapat salah satu restoran yang ada di dalam Hotel Lovina Beach Club & Resort yaitu Restoran Sea Sky.

Restoran Sea Sky adalah sebuah tempat makan istimewa yang menawarkan pengalaman kuliner tak tertandingi. Dengan area yang luas dan suasana yang dirancang untuk kenyamanan, restoran ini mampu menampung banyak meja, menjadikannya ideal untuk berbagai kesempatan, mulai dari pertemuan kecil hingga acara berskala besar. Pemandangan yang ditawarkan menjadi daya tarik utama, dengan hamparan pantai biru yang menenangkan di satu sisi, serta taman hijau yang asri dan penuh pesona disisi lainnya, menciptakan perpaduan pemandangan alam yang harmonis dan memikat hati. Salah satu keunikan dari Restoran Sea Sky adalah konsep *open kitchen*, dimana para tamu dapat melihat langsung proses persiapan makanan oleh para *chef profesional*. Dengan menggunakan bahan-bahan segar dan metode memasak yang menarik, pengalaman ini memberikan sentuhan transparansi sekaligus hiburan. Selain itu, restoran ini dikenal dengan tim pelayannya yang luar biasa ramah dan cekatan. Baik para *waiter* maupun *waitress* selalu melayani dengan senyum, memastikan setiap tamu merasa diperhatikan dan mendapatkan layanan yang memuaskan. Dengan kombinasi suasana yang memanjakan mata, hidangan berkualitas, dan layanan prima, Restoran Sea Sky adalah pilihan yang sempurna untuk menikmati waktu makan yang istimewa sambil menikmati keindahan alam sekitar.

Data jumlah pengunjung yang berkunjung ke Restoran Sea Sky selama periode bulan Mei hingga November tahun 2024 dapat dilihat secara rinci pada Gambar A.1. Grafik tersebut menyajikan informasi mengenai fluktuasi jumlah pengunjung setiap bulannya, yang dapat menjadi acuan dalam melakukan analisis tren kunjungan serta evaluasi kinerja restoran dalam kurun waktu tersebut.



Gambar 1.1 Data Pengunjung pada Restoran Sea Sky
(Sumber : Lovina Beach Club & Resort, 2024)

Pada gambar A.1 dapat diketahui bahwa pada Restoran Sea Sky mengalami peningkatan pengunjung dari bulan Juli sampai dengan November tahun 2024. Peningkatan tersebut kemungkinan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti *high season* dan juga kepuasan pengunjung saat menikmati hidangan di Restoran. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan kepada 10 *review* pada *google review* dan juga *guest feedback*, diketahui bahwa Lovina Beach Club & Resort memiliki rating 4,4 atau *very good* pada *google review*, namun beberapa pengunjung memberikan ulasan negatif seperti terdapat makanan serta minuman yang lambat datangnya, makanan pada breakfast yang tidak bervariasi, staff yang tidak cepat tanggap pada saat tamu datang ke Restoran Sea Sky, staff yang kurang profesional pada saat melayani pengunjung karena asik mengobrol dengan staff lainnya, makanan yang sudah dingin ketika disajikan untuk pengunjung. Namun, meskipun terdapat ulasan negatif, hal ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan pengalaman pengunjung di Restoran Sea Sky. Dengan mengutamakan kualitas pelayanan, Restoran Sea Sky memiliki peluang untuk mempertahankan dan bahkan meningkatkan jumlah pengunjung di masa

mendatang. Berdasarkan hasil *google review* dan data *guest feedback* diatas kualitas pelayanan khususnya pada *responsiveness* dan *quality product* perlu ditingkatkan lagi agar dapat memenuhi kepuasan yang lebih optimal dari pengunjung.

Customer Satisfaction sangatlah penting bagi sebuah industri khususnya pada industri makanan dan minuman (Restoran). *Customer Satisfaction* merupakan penilaian seseorang terhadap kinerja produk yang dirasakan dalam kaitannya dengan harapan. Jika kinerja produk memenuhi harapan, pelanggan akan merasa puas jika tidak, mereka akan merasa kecewa, Kotler dan Keller (2016:153). Tjiptono (2012:310) juga mengungkapkan bahwa *customer satisfaction* adalah situasi di mana konsumen menyadari bahwa kebutuhan dan keinginan mereka telah terpenuhi sesuai harapan. Ini menunjukkan bahwa kepuasan adalah hasil dari evaluasi pengalaman konsumsi. Kepuasan tercapai ketika kinerja produk memenuhi atau melebihi harapan, sehingga kebutuhan dan keinginan pelanggan dianggap terpenuhi. Sebaliknya, jika kinerja tidak sesuai harapan, pelanggan akan merasa kecewa. Dengan demikian, *customer satisfaction* merupakan refleksi dari keberhasilan suatu produk atau layanan dalam memberikan nilai yang sesuai dengan ekspektasi konsumen.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi *customer satisfaction* yaitu *responsiveness*. Dimana dengan daya tanggap yang baik dan benar maka pelanggan akan merasa diperhatikan dan juga dihargai pada saat berkunjung ke restoran tersebut. Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:137) menyatakan bahwa *responsiveness* mencakup kecepatan dan ketepatan dalam memberikan layanan, serta kesigapan dalam menangani keluhan pelanggan. Kotler (2001:617) juga mengemukakan bahwa *responsiveness* adalah kemauan untuk membantu pelanggan

dan memberikan jasa dengan cepat, menekankan pentingnya kecepatan dalam pelayanan sebagai bagian dari kualitas layanan. *Responsiveness* mencakup lebih dari sekadar kecepatan dalam memberikan layanan ini juga melibatkan kemauan aktif untuk membantu pelanggan dengan penuh perhatian dan tanggung jawab. Kemampuan perusahaan untuk merespons kebutuhan pelanggan secara cepat dan proaktif menunjukkan komitmen mereka dalam memberikan pengalaman terbaik. Oleh karena itu, *responsiveness* menjadi salah satu elemen kunci dalam menciptakan kualitas layanan yang unggul dan berfokus pada *customer satisfaction*. Menurut Herudiansyah *et al.* (2023) mengungkapkan bahwa *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*. Sedangkan menurut Sattar *et al.* (2021) mengemukakan bahwa *responsiveness* tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*.

Selain faktor *responsiveness*, faktor yang juga dapat mempengaruhi *customer satisfaction* adalah *quality product*, dimana dengan *quality product* yang dapat memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan merasa puas pada saat berkunjung. Menurut Kotler dan Keller (2017:121) menyatakan bahwa *quality product* adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, yang mencakup *durabilitas*, *reliabilitas*, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan. Selain itu menurut Irawan dan Japarianto (2018:105) juga menyatakan bahwa *quality product* adalah sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari barang dan jasa yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan, termasuk daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan, serta atribut lainnya. *quality product* ditentukan oleh karakteristik yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. *quality product* yang baik

memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*. Ketika produk mampu memenuhi atau melebihi ekspektasi konsumen dalam hal keandalan dan fungsi, hal ini akan menciptakan rasa puas yang mendalam. Sebaliknya, *quality product* yang rendah dapat menimbulkan ketidakpuasan, mengurangi loyalitas, dan berdampak negatif pada persepsi terhadap merek. Oleh karena itu, menjaga *quality product* menjadi kunci penting dalam meningkatkan *customer satisfaction*. Menurut Tamon *et al.* (2021) mengemukakan bahwa *quality product* terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *customer satisfaction*. Sedangkan menurut Prastiwi *et al* (2022) mengatakan bahwa variabel *quality product* tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka terdapat kesenjangan hasil penelitian terdahulu dan fenomena yang ada, penulis tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengetahui **“Pengaruh *Responsiveness* Dan *Quality Product* Terhadap *Customer Satisfaction* Pada Restoran Sea Sky Lovina Beach Club”**.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diambil beberapa permasalahan sebagai berikut.

- 1) Terdapat *quality product* yang tidak sesuai dengan ekspektasi pengunjung yang datang ke Restoran Sea Sky
- 2) Kurangnya daya tanggap dari waiter atau waitress yang belum optimal yang dapat mempengaruhi *customer satisfaction*
- 3) Adanya hasil penelitian yang berbeda dari penelitian sebelumnya.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang terjadi pada Restoran Sea Sky, maka peneliti membatasi masalah penelitian pada peningkatan pengunjung yang datang ke Restoran Sea Sky di bulan Juli sampai dengan November tahun 2024, namun beberapa pengunjung memberikan ulasan negatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner, dengan fokus pada penilaian subjektif dari responden. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah *responsiveness* dan *quality product*.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka didapat rumusan masalah pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

- 1) Apakah *responsiveness* dan *quality product* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada Restoran Sea Sky
- 2) Apakah *responsiveness* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada Restoran Sea Sky
- 3) Apakah *quality product* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada Restoran Sea Sky.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan, maka yang menjadi tujuan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk menguji seberapa besar pengaruh *responsiveness* dan *quality product* terhadap *customer satisfaction* pada Restoran Sea Sky

- 2) Untuk menguji seberapa besar pengaruh *responsiveness* terhadap *customer satisfaction* pada Restoran Sea Sky
- 3) Untuk menguji seberapa besar pengaruh *quality product* terhadap *customer satisfaction* pada Restoran Sea Sky

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi semua pihak yang membaca atau terlibat langsung di dalamnya. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi yang berguna sesuai dengan tujuan dan pihak-pihak yang berkepentingan, adapun manfaat dari penelitian ini yaitu.

1) Secara Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang pemasaran serta memberikan rekomendasi yang bermanfaat bagi pihak hotel.

2) Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman penulis mengenai ilmu manajemen pemasaran yang berkaitan dengan *customer satisfaction*.