

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kuliner dalam bahasa Inggris adalah *culinary* yang memiliki arti sesuatu yang berhubungan dengan memasak atau makanan (Oxford Learner's Dictionary, 2022). Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia menyebutkan bahwa bisnis di bidang kuliner memberikan kontribusi terbesar kepada sektor ekonomi kreatif di Indonesia (Kemendparekraf, 2020). Bisnis kuliner memiliki potensi sebagai penopang industri pariwisata dan memiliki daya tarik yang kuat untuk mendatangkan wisatawan karena menjadi rangkaian perjalanan wisata. Pada kuartal III 2021, industri makanan dan minuman di Indonesia mengalami kenaikan sebesar 2,97% (dataindustri, 2021).

Masakan tradisional adalah bagian dari kekayaan budaya Indonesia (Palupi & Abdillah, 2019). Di dalam buku yang berjudul *Food is Culture* mengatakan bahwa makanan bersifat kultural (Montanari, 2006). Sebagai wujud budaya, makanan tradisional sangat penting untuk dilestarikan. Masakan tradisional memiliki resep yang sudah turun-temurun sehingga termasuk dalam kategori bisnis keluarga. Perusahaan keluarga adalah perusahaan yang dijalankan oleh seluruh atau sebagian anggota keluarga (Sukirno *et al.*, 2017).

Di dalam pemilihan rumah makan, kualitas makanan dan kualitas layanan adalah faktor terpenting dan sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (Ryu *et al.*, 2012). Kualitas makanan dan kualitas layanan akan menciptakan kesan pertama pada konsumen. Setiap restoran harus selalu mengutamakan kepuasan pelanggan. Ketika kualitas makanan dan kualitas layanan bagus, konsumen akan merasa puas dan memiliki rasa ingin berkunjung kembali.

Dalam penelitian ini, menggunakan konsep *theory of reasoned action* untuk mengetahui niat berperilaku seseorang. *Theory of Reasoned Action* (TRA) mengemukakan bahwa individu adalah pengambil keputusan yang rasional dengan menggunakan informasi yang tersedia untuk mengambil keputusan secara sistematis (Rodrigo *et al.*, 2019). Teori ini menghubungkan antara keyakinan, sikap, niat, dan perilaku (Littlejohn *et al.*, 2017). Niat merupakan salah satu aspek yang memengaruhi terjadinya suatu tindakan. Sikap konsumen yang mempercayai sesuatu disebabkan oleh perasaan puas yang dialaminya dan memberikan dampak untuk melakukan *revisit intention*. *Revisit intention* atau keinginan untuk berkunjung kembali merupakan bentuk keinginan pelanggan untuk datang kembali (Wulanjani & Derriawan,

2017). Hal ini sering terjadi pada rumah makan tradisional bisnis keluarga karena resep yang sudah turun – temurun akan mempertahankan citra rasa dan dapat mempertahankan bisnis keluarga. *Food quality* adalah salah satu hal yang paling penting dari pengalaman saat makan di sebuah restoran (Fungai, 2017). Beberapa hal yang mempengaruhi kualitas makanan, yaitu rasa makanan, penyajian makanan, kesegaran, dan variasi menu (Pestek & Cinjarevic, 2014). Kesegaran makanan dapat dinilai dari aroma, kerenyahan, dan penampilan fisik makanan yang segar sehingga kualitas makanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Rasa adalah salah satu karakteristik dari makanan dan dapat dinilai setelah dikonsumsi. Pelanggan juga dapat memperkirakan rasa sebelum mengonsumsi melalui harga, kualitas, dan merk makanan. Rasa dan penyajian makanan penting untuk mencapai kepuasan pelanggan (Carins *et al.*, 2020). Kualitas makanan sangat mempengaruhi keputusan pelanggan untuk mengunjungi kembali restoran. Salah satu kunci menjadi sukses di bidang kuliner adalah menjaga kualitas makanan agar konsumen merasa puas dan menjadi pelanggan. Hal ini dilakukan oleh Restoran 48 Dim Sum Place yang selalu menyajikan bahan – bahan yang segar (Putri, 2015).

*Service quality* atau kualitas layanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan demi mencapai harapan pelanggan (Tjiptono, 2014). Kualitas layanan dapat mempengaruhi persepsi konsumen tentang kualitas sebuah restoran (Lai, 2015). Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas layanan, yaitu, keramahan, kebersihan, kepedulian, dan kecepatan pelayanan pada sebuah rumah makan. Pelanggan yang puas dengan kualitas layanan lebih cenderung menjadi pelanggan setia (Cheng & Rashid, 2013). *Customer satisfaction* atau kepuasan pelanggan merupakan perasaan konsumen dalam membandingkan antara harapan dan apa yang telah dirasakan (Sunyoto, 2013). Kepuasan pelanggan bertindak sebagai mediator antara kualitas layanan dan keinginan untuk berkunjung kembali (Saleem *et al.*, 2017).

Gudeg merupakan makanan khas yang berasal dari Yogyakarta. Gudeg Jogja memiliki ciri berwarna kecoklatan yang didapat dari daun jati dan nangka yang di masak bersamaan. Gudeg di Jogja memiliki rasa yang sangat manis. Di kota Solo, terdapat gudeg dengan versi yang berbeda, yaitu memiliki kuah yang berwarna keputihan. Rasa dari Gudeg Solo juga tidak semanis Gudeg Jogja.

Di Kota Solo terdapat beberapa rumah makan gudeg yang terkenal, yaitu Gudeg Adem Ayam, Gudeg Mbak Yus, Gudeg Bu Yati, dan Gudeg Ceker Margoyudan. Diantara semua rumah makan gudeg, yang paling menarik perhatian adalah Rumah Makan Gudeg Ceker Margoyudan yang berdiri sejak tahun 1970 dan merupakan bisnis keluarga. Gudeg Ceker Margoyudan

terkenal dengan ceker ayamnya yang dijadikan lauk. Sebelum terjadi Covid-19, rumah makan ini memiliki jam operasional mulai pukul 01.30 WIB dan bisa terjual 500 porsi dalam waktu dua hingga empat jam. Pelanggan rela berkunjung dan menyantap makanan pada pukul dini hari. Ketika terjadi Covid-19, penjualan Rumah Makan Gudeg Ceker Margoyudan mulai menurun dan mulai menambah jam operasional mereka pada siang hari yaitu pukul 13.00, sehingga saat ini Rumah Makan Gudeg Ceker Margoyudan memiliki jam operasional pukul 01.30 – 07.00 dan buka kembali pada pukul 13.00 – 22.00.

Meskipun memiliki beberapa cabang, Gudeg Ceker Margoyudan pusat yang dilayani oleh Bu Kasno sendiri sebagai pemilik tetap yang paling ramai. Rumah makan ini juga dikenal dengan citra rasanya yang tidak berubah (Septyantoro, 2021). Rumah Makan Gudeg Ceker Margoyudan sangat ramai dan terkenal meskipun memiliki jam operasional yang tidak wajar yaitu pada dini hari ketika orang-orang seharusnya beristirahat. Ketika terjadi Covid-19 banyak perusahaan yang berdampak sampai harus tutup, tetapi Gudeg Ceker Margoyudan tetap bertahan sampai saat ini. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *food quality* dan *service quality* terhadap *revisit intention* melalui *customer satisfaction* di Gudeg Ceker Margoyudan Solo”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian, masalah penelitian yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Apakah *food quality* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*?
2. Apakah *food quality* berpengaruh positif terhadap *revisit intention* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi?
3. Apakah *service quality* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*?
4. Apakah *service quality* berpengaruh positif terhadap *revisit intention* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi?
5. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *revisit intention*?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah penelitian, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.3.1 Mengetahui pengaruh *food quality* terhadap *customer satisfaction* pada konsumen Gudeg Ceker Margoyudan Solo.
- 1.3.2 Mengetahui pengaruh *food quality* terhadap *revisit intention* dengan *customer*

*satisfaction* sebagai variabel mediasi pada konsumen Gudeg Ceker Margoyudan Solo.

1.3.3 Mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* pada konsumen Gudeg Ceker Margoyudan Solo.

1.3.4 Mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *revisit intention* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi pada konsumen Gudeg Ceker Margoyudan Solo.

1.3.5 Mengetahui pengaruh *customer satisfaction* terhadap *revisit intention* pada konsumen Gudeg Ceker Margoyudan Solo.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan memiliki sejumlah manfaat kepada berbagai pihak. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan menjadi sumber referensi mengenai pengaruh *food quality* dan *service quality* terhadap *revisit intention* melalui *customer satisfaction*.

##### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini dapat memberi masukan kepada Gudeg Ceker Margoyudan Solo untuk lebih memperhatikan *food quality* dan *service quality* agar terjadi *revisit intention* melalui *customer satisfaction*.