

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri restoran di Yogyakarta mengalami perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Pertumbuhan ini didorong oleh beberapa faktor, termasuk peningkatan jumlah wisatawan, pertumbuhan jumlah mahasiswa, dan perkembangan teknologi digital (Universitas Gadjah Mada, 2019). Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa jumlah restoran di Yogyakarta meningkat dari 1.002 unit pada tahun 2019 menjadi 1.056 unit pada tahun 2020, mencerminkan pertumbuhan yang stabil dalam industri ini (BPS, 2020). Perkembangan ini tidak terlepas dari kontribusi sektor wisata kuliner yang semakin populer. Wisata kuliner telah menjadi sektor utama dalam ekonomi kreatif Indonesia, memberikan kontribusi sebesar 41% terhadap PDB ekonomi kreatif nasional pada tahun 2017. Hal ini menunjukkan bahwa wisata kuliner tidak hanya menarik minat wisatawan tetapi juga berperan penting dalam perekonomian local (Fitriyani, 2020).

Restoran atau rumah makan menurut Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No. KN.73/PVVI05/MPPT-85 tentang Peraturan Usaha Rumah Makan adalah suatu usaha yang menyediakan jasa layanan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial (Kementerian Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi, 1985). Sedangkan menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 304/Menkes/Per/89 tentang Persyaratan Rumah Makan, yang dimaksud dengan rumah makan adalah satu jenis usaha jasa pangan yang bertempat di sebagian atau seluruh bangunan permanen, dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan, dan penjualan makanan dan minuman bagi umum di tempat usahanya (Kementerian Kesehatan RI, 1989).

Yassalam Resto adalah restoran bergaya arab yang berada di pusat kota Yogyakarta tepatnya berada di Jalan Timoho, Kota Yogyakarta. Restoran merupakan suatu tempat ataupun bangunan yang dikelola secara komersial, yang menyelenggarakan layanan dengan baik kepada semua tamu, baik berupa makanan maupun minuman. Restoran adalah usaha penyediaan jasa makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penyajian di suatu tempat tetap yang tidak berpindah-pindah dengan tujuan memperoleh keuntungan atau laba (Permen Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2022).



Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Gambar 1.1 Tampak Depan Yassalam Resto, dan salah satu menu Yassalam Resto

Yassalam Resto merupakan rumah makan khas yang mengusung konsep *Arabic restaurant*. Restoran ini dikenal memiliki kualitas layanan yang sangat baik; para pegawai bersikap ramah dan cekatan dalam menghadapi berbagai macam karakter konsumen. Kecepatan layanan menjadi prioritas utama, didukung oleh koordinasi dan komunikasi yang solid antara divisi server, waiters, bar, hingga kitchen. Hal ini menjadi salah satu faktor penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi konsumen, sehingga berpotensi

menciptakan loyalitas konsumen. Yassalam Resto Jogja mulai beroperasi pada awal tahun 2024, sebagai satu-satunya cabang dari pusatnya yang berada di Solo. Restoran ini menawarkan berbagai pilihan menu makanan dan minuman khas Arab, yang sebagian bahan bakunya dikirim langsung dari Timur Tengah. Pemilik restoran yang berasal dari kawasan Timur Tengah membawa keahlian serta resep autentik yang diolah dengan standar operasional prosedur (SOP) ketat, untuk menjamin kualitas dan cita rasa setiap sajian (Yassalam Resto, 2024).

Dalam konteks bisnis kuliner, cita rasa memegang peran penting karena semakin ketatnya persaingan antar pelaku usaha makanan. Perilaku konsumen dalam menikmati makanan pada umumnya dimulai dari penilaian terhadap rasa. Jika makanan memiliki cita rasa yang tinggi dan sesuai dengan ekspektasi, maka kemungkinan besar konsumen akan melakukan pembelian ulang dan menjadi konsumen yang loyal (Haryanto & Wahyuni, 2019). Oleh karena itu, konsistensi dan kualitas cita rasa menjadi salah satu kunci sukses dalam mempertahankan konsumen dalam industri kuliner.

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap pelaku usaha dan merupakan faktor penting untuk mempertahankan keberlangsungan usaha, khususnya dalam sektor perdagangan dan jasa. Memuaskan kebutuhan konsumen juga dapat menjadi keunggulan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa cenderung akan melakukan pembelian ulang dan menggunakan kembali layanan yang sama ketika kebutuhan serupa muncul di kemudian hari. Dengan kata lain, kepuasan konsumen merupakan faktor kunci dalam menciptakan pembelian berulang yang menjadi bagian terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Demikian pula halnya dengan Yassalam Resto, sebuah restoran yang menyajikan hidangan khas Arab yang telah disesuaikan dengan selera masyarakat Indonesia. Yassalam Resto berusaha memberikan pengalaman kuliner yang unik dengan menyajikan makanan yang segar, bersih, serta

memiliki tampilan menarik dalam suasana bertema Arab. Namun, saat ini Yassalam Resto menghadapi tantangan dalam menyajikan makanan dan layanan yang mampu memenuhi harapan konsumen, seiring dengan tingginya tingkat persaingan di industri kuliner Yogyakarta. Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian yang mendalam mengenai bagaimana kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan konsumen dapat menghasilkan loyalitas konsumen.

Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan berbagai manfaat strategis bagi perusahaan, seperti terbentuknya hubungan jangka panjang yang harmonis antara perusahaan dan konsumennya, dasar yang kuat untuk pembelian ulang, terciptanya loyalitas merek, serta rekomendasi positif dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan secara berkelanjutan.

Penelitian-penelitian sebelumnya cenderung lebih fokus pada pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen, tanpa menelusuri lebih lanjut bagaimana variabel-variabel tersebut secara simultan berkontribusi terhadap loyalitas konsumen. Misalnya, penelitian oleh Putra dan Yuniarti (2021) pada Kafe XYZ di Jakarta hanya meneliti pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, tanpa mengaitkannya dengan loyalitas. Penelitian lain oleh Widodo (2020) di rumah makan Padang di Semarang mengkaji hubungan antara kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas, namun tidak menyertakan peran kualitas produk secara menyeluruh. Sementara itu, Sari dan Mulyono (2019) meneliti hubungan kepuasan dan loyalitas konsumen di restoran Jepang di Surabaya, tetapi tidak melibatkan semua variabel dalam satu model analisis. Berbeda dengan penelitian-penelitian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen di Yassalam Resto Yogyakarta. Selain itu, penelitian ini memiliki keunikan karena objek yang diambil adalah restoran dengan konsep kuliner Arab yang masih jarang diteliti, terutama di wilayah Yogyakarta. Dengan demikian, penelitian ini

diharapkan dapat mengisi celah penelitian terdahulu dan memberikan kontribusi ilmiah baru dalam konteks restoran etnik di Indonesia.

Berbeda dari penelitian-penelitian tersebut, penelitian ini memfokuskan pada bagaimana kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan konsumen secara bersama-sama memengaruhi loyalitas konsumen. Selain itu, penelitian ini dilakukan pada restoran Arab, yaitu Yassalam Resto di Yogyakarta, yang merupakan jenis usaha kuliner yang masih jarang dijadikan objek penelitian di Indonesia.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menambah khasanah keilmuan dalam bidang pemasaran dan perilaku konsumen, tetapi juga mengisi kekosongan penelitian terkait loyalitas konsumen terhadap restoran dengan konsep etnik Arab di Indonesia, khususnya di kawasan wisata seperti Yogyakarta.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk dapat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Yassalam Resto?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Yassalam Resto?
3. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Yassalam Resto?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada Yassalam Resto.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen pada Yassalam Resto.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Yassalam Resto.

1.4 Manfaat Penelitian

A. Manfaat Teoritis

Mengembangkan pemahaman tentang pengaruh layanan dan cita rasa makanan terhadap kepuasan konsumen didalam berbelanja. Memberikan pengetahuan mengenai pengaruh layanan dan cita rasa makanan terhadap kepuasan konsumen didalam berbelanja.

B. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai panduan bagi pelaku usaha kuliner di seluruh wilayah Indonesia agar memperhatikan SOP layanan terhadap konsumen dan menjaga standar cita rasa makanan yang dijual. Selain itu penelitian ini dapat membantu pelaku usaha restoran untuk memahami akan pentingnya SOP layanan konsumen dan standarisasi cita rasa makanan serta *quality check* berkala terhadap makanan yang dijual. Hasil penelitian dapat diharapkan menjadi referensi bagi organisasi pelaku usaha restoran untuk tetap selalu memperhatikan hal-hal seperti SOP layanan dan standarisasi cita rasa makanan agar tidak berubah seiring dengan berjalannya waktu.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini menguraikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini berfokus pada penjabaran teori dan konsep-konsep yang relevan dengan topik penelitian, tinjauan penelitian terdahulu dan kerangka penelitian.

Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini berisi jenis penelitian, objek, subjek, tempat penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA

Dalam bab ini menjelaskan tentang gambaran umum, analisa data, dan hasil perhitungan dari data yang telah diolah berdasarkan hipotesis yang telah ditentukan, meliputi uji PLS atau Partial Least Square dan pembahasan untuk menjawab tujuan penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran pada penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan berupa gambaran umum dari hasil yang telah diperoleh yang kemudia akan dijelaskan terkait saran yang berisi masukan untuk perusahaan maupun berbagai pihak untuk dapat melakukan perubahan yang lebih baik di masa depan.