

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Sejak diberhentikannya peraturan Pembatasan Sosial Bersekala Besar (PSBB) yang memperbolehkan masyarakat untuk berkumpul tanpa ada batasan-batasan mengakibatkan tingkat persaingan dalam memperebutkan konsumen semakin meningkat tajam, apalagi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Konsumen saat ini mempunyai banyak alternatif dalam memenuhi kebutuhan primernya dan masing-masing bisnis pada bidang usaha sektor ini akan berupaya memperebutkan konsumen dan seterusnya mempertahankan loyalitas pelanggan. Pengaruh persaingan usaha antar pedagang dapat dipengaruhi oleh banyak hal, salah satunya yaitu karena faktor dari loyalitas konsumen (Kurniasari, Ningsih, and Baroh 2022). Loyalitas adalah situasi yang sangat diharapkan oleh pemasar, dimana konsumen merasa puas terhadap produk atau produsen (penyedia jasa), sehingga secara konsisten konsumen akan melakukan pembelian ulang.

Menjalin hubungan baik dengan konsumen akan membantu bisnis untuk mampu terus berkembang dan bertahan dalam jangka panjang (Alam 2021). Hubungan baik akan tercipta jika bisnis kuliner yang dijalankan mampu memberi kepuasan terhadap kebutuhan, selera dan keinginan konsumen. Melalui hubungan yang terjalin dengan baik maka konsumen dapat menjadi sumber informasi yang efektif dalam memperbaiki pelayanan terhadap konsumen ataupun untuk melakukan inovasi sebuah produk. Banyak faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, dimana pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang puas akan apa yang dikonsumsi dari apa yang terdapat pada setiap komponen barang maupun jasa (Lin, Yin 2022). Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, faktor yang berpengaruh besar dari loyalitas pelanggan ialah desain interior. Menurut Gultom Arif, dan Fahmi (2020) desain interior adalah perencanaan, penyusunan ruang, pendesain ruang interior dan tata letak dalam bangunan.

Desain interior bagi para arsitektur, desainer bangunan maupun perorangan sangat penting pada saat melakukan *finishing* pembangunan rumah baik indoor maupun outdoor, serta penetapan konsep bangunan. Saat ini banyak pembangunan gedung-gedung besar, pembangunan apartemen dan didukung juga dengan perusahaan *property* yang menawarkan penjualan perumahan minimalis. Banyak jenis produk untuk interior yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen mulai dari *curtain*, *blinds* dengan system manual maupun *motorized*, kasa nyamuk, pintu atau partisi dan penyekat ruangan, karena didalam pemilihan produk interior juga harus menyesuaikan dengan kebutuhan *customer* dan disesuaikan juga dengan lokasi, maka dari itu diperlukannya.

Desain interior adalah perencanaan tentang *layout* dan desain di dalam ruangan dan bertujuan untuk membuat manusia pemakai aktivitas ruangan dapat beraktivitas dalam ruangan tersebut secara nyaman dan efektif. Desain interior adalah ilmu yang mempelajari perancangan suatu karya seni yang ada di dalam suatu bangunan dan digunakan untuk memecahkan masalah manusia. Salah satu bidang studi keilmuan yang didasarkan pada ilmu desain, bidang keilmuan ini bertujuan untuk dapat menciptakan suatu lingkungan binaan (ruang dalam) beserta elemen-elemen pendukungnya, baik fisik maupun nonfisik sehingga kualitas kehidupan manusia yang berada didalamnya menjadi lebih baik. Perancangan interior meliputi bidang arsitektur yang melingkupi bagian dalam suatu bangunan, (Juliana et al., 2020).

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu David Pratama, Lintu Tulistyantoro, Hendy Mulyono (2019), Lynette Antonia (2022), Olga Theolina Sitorus (2022) yang menyatakan bahwa desain interior berpengaruh positif dalam meningkatkan kunjungan tamu dan loyalitas pelanggan sedangkan hasil yang berbeda ditunjukkan oleh Erlinda, Sulfitra, dkk (2022) yang menyatakan bahwa desain interior tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Faktor selanjutnya yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah cita rasa. Saat ini persaingan rasa produk menjadikan konsumen lebih kritis dalam memilih produk makanan yang akan mereka konsumsi.

Drummond dan Brefere (2010) dalam Mutiara (2021) berpendapat bahwa cita rasa merupakan salah satu faktor penting pengunjung dalam menentukan menu makanan. Hal yang membuat para pelaku usaha, khususnya perusahaan yang bergerak dibidang kuliner menjadikan cita rasa merupakan faktor yang penting untuk mempertahankan konsumen agar menjadi pelanggan yang loyal.

Cita rasa merupakan kompleks sensasi yang ditimbulkan berbagai indera (penciuman, pengecap, penglihatan, peraba, dan pendengaran) pada waktu mengkonsumsi makanan. Konsumen akan merasa puas jika produk yang disajikan memiliki cita rasa yang enak atau lezat ketika dikonsumsi, dan cenderung akan membeli produk yang sama kembali. Sebaliknya jika cita rasa pada suatu produk yang disajikan sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan konsumen, maka bukan tidak mungkin konsumen merasa kecewa dan tidak ingin kembali membeli produk yang sama untuk kedua kalinya.

Penelitian sebelumnya memberikan hasil yang berbeda-beda Putri Rahmawati (2023), Kusdianto Firanti (2023), Shinta Wahyu, Rafikhein, Moh saleh (2022) yang menyatakan bahwa variabel cita rasa berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan sedangkan Rini (2018) yang menyatakan pengaruh cita rasa tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Loyalitas pengunjung sendiri menurut (Juliana dan Noval, T. 2020) dalam (Kotler dan Keller, 2012) menjelaskan bahwa loyalitas merupakan keinginan kuat seseorang untuk kembali menggunakan, memakai, atau membeli produk atau jasa di masa yang akan datang. Adapun (Kotler 2005) menjelaskan bahwa indikator loyalitas pelanggan ada 4 yaitu: *Purchase Intention*, *Word-of-Mouth*, *Price Sencivity*, dan *Complaining Behavior*.

**Tabel 1.1 Total Pengunjung**

Bulan	Total Pengunjung
Januari	18.720
Februari	19.300
Maret	22.742
April	15.642

Mei	18.117
Juni	17.095
Juli	17.319
Agustus	20.565
September	18.767
Oktober	20.688
November	23.494
Desember	24.756
<b>Total Kunjungan</b>	<b>237.205</b>

Sumber : Data Tahunan Godong Ijo 2023

Berdasarkan data Tabel 1.1 Total Pengunjung yang berkunjung pada Resto Sunda & Pemancingan Godong Ijo di tahun 2023 menggambarkan data yang fluktuatif setiap bulannya. Kunjungan tertinggi berada pada bulan Desember dan terendah berada di bulan April hal ini menandakan bahwa pada sektor usaha ini masih berada dikedidakpastian sehingga diperlukannya penelitian yang membahas bagaimana cara pelaku usaha pada bidang bisnis ini mempertahankan dan bahkan menambah tingkat berkunjung kembali sejalan dengan kompetitifnya persaingan di sektor ini.

Menyadari faktor tersebut, restoran-restoran pun berlomba-lomba menciptakan desain interior restoran yang diidamkan pengunjung dan berupaya menghasilkan menu makanan yang bercita rasa tinggi. Termasuk Restoran Sunda dan Pemancingan Godong Ijo yang beralamat di Jl. Cinangka Raya KM 10 No. 60 Serua - Bojongsari Depok, Jawa Barat. Restoran ini merupakan salah satu restoran yang menyajikan makanan khas sunda terbaik di kota Depok. Restoran Sunda dan Pemancingan Godong Ijo tentu ingin menciptakan suasana dan cita rasa makanan yang berkesan setiap tahunnya sehingga berpotensi meningkatkan loyalitas pengunjung. Karena itu, berangkat dari latar belakang masalah tersebut. Penulis memutuskan untuk membuat penelitian dengan judul “*Pengaruh Desain Interior dan Cita Rasa Makanan Terhadap Loyalitas Pengunjung di Resto Sunda & Pemancingan Godong Ijo*”.

## B. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini akan diuji mengapa terdapat perbedaan hasil untuk variabel desain interior dan cita rasa. Kesenjangan penelitian diperoleh dari masing-masing variabel menurut David Pratama, Lintu Tulistyantoro, Hendy Mulyono (2019), Lynette Antonia (2022), Olga Theolina Sitorus (2022) yang menyatakan bahwa desain interior berpengaruh positif dalam meningkatkan kunjungan tamu dan loyalitas pelanggan sedangkan hasil yang berbeda ditunjukkan oleh Erlinda, Sulfitra, dkk (2022) yang menyatakan bahwa desain interior tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan serta menurut hasil Rahmawati (2023), Kusdianto Firanti (2023), Shinta Wahyu, Rafikhein, Moh saleh (2022) yang menyatakan bahwa variabel cita rasa berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan sedangkan Rini (2018) yang menyatakan pengaruh cita rasa tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian ini melihat pada variabel desain interior dan cita rasa untuk mengetahui pengaruhnya terhadap keputusan pembelian, karena asumsi penulis seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, serta mempertimbangkan fenomena latar belakang yang sudah dijabarkan sebelumnya. Oleh karena itu masalah penelitian dirumuskan: "***Pengaruh Suasana Dan Cita Rasa Makanan Terhadap Loyalitas Pengunjung Di Resto Sunda & Pemancingan Godong Ijo***", obyek penelitiannya adalah resto sunda dan pemancingan Godong Ijo dan subyek penelitiannya adalah pengunjung yang pernah datang dan kembali ke tempat tersebut. Berdasarkan latar belakang masalah penulis mengidentifikasi beberapa masalah-masalah penting yang akan dibahas ialah:

1. Bagaimana desain interior di Resto Sunda & Pemancingan Godong Ijo?
2. Apa cita rasa makanan di Resto Sunda & Pemancingan Godong Ijo?
3. Mengapa desain interior dan cita rasa makanan berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung di Resto Sunda & Pemancingan Godong Ijo?

### C. Batasan Masalah

Untuk memfokuskan penelitian dan memperjelas penyelesaian sehingga mudah dipahami dan penyusunannya lebih terarah, maka dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian hanya dilakukan di Resto Sunda & Pemancingan Godong Ijo.
2. Penelitian difokuskan mengetahui Pengaruh Desain Interior dan Cita Rasa Makanan Terhadap Loyalitas Pengunjung di Resto Sunda & Pemancingan Godong Ijo.
3. Penelitian akan memperhitungkan faktor demografis seperti jenis kelamin, usia, dan status sosial ekonomi untuk memastikan hasilnya berpengaruh signifikan.

### D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjabaran sebelumnya maka Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi desain interior di Resto Sunda & Pemancingan Godong Ijo.
2. Mengidentifikasi cita rasa makanan di Resto Sunda & Pemancingan Godong Ijo.
3. Mengidentifikasi pengaruh suasana dan cita rasa makanan terhadap minat berkunjung kembali di Resto Sunda & Pemancingan Godong Ijo.

### E. Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini diharapkan memberikan manfaat kepada:

1. Peneliti, Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman penulis serta mengembangkan bidang keilmuan kepariwisataan serta dapat menjadi masukan untuk pihak Resto Sunda & Pemancingan Godong Ijo serta sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti tentang Resto Sunda & Pemancingan Godong Ijo.
2. Pengelola, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi pengelola dalam melakukan kebijakan-kebijakan yang akan diambil

pada masa yang akan datang terutama menyangkut terkait dengan loyalitas pelanggan.

3. Civitas Akademik, hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan literatur bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan desain interior, citra rasa dan loyalitas pengunjung serta sebagai percontohan bagi mata kuliah culinary studies.
4. Masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta bukti empiris dibidang pariwisata.

