

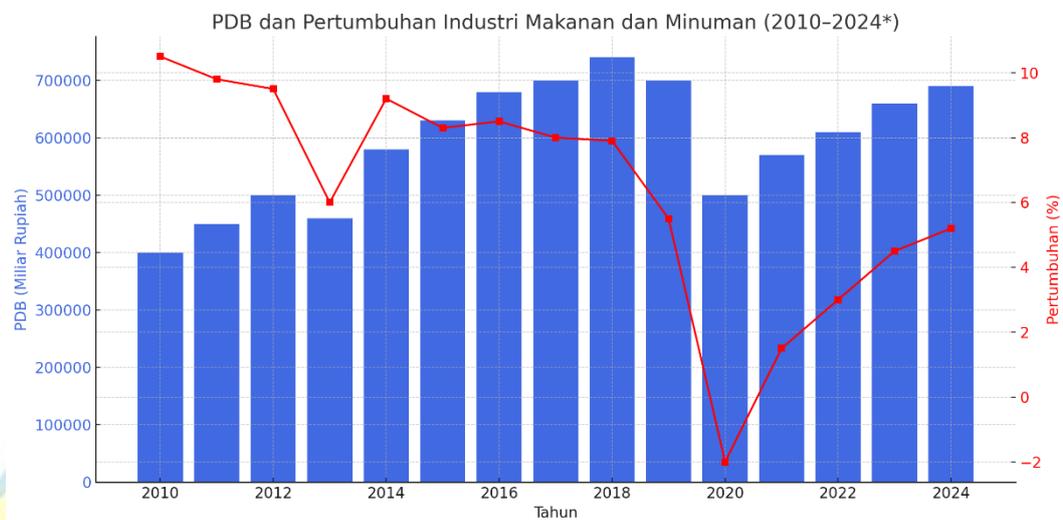
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di zaman serba *modern*, industri kuliner mengalami perubahan sejalan dengan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi yang pesat dan meningkatnya gaya hidup masyarakat untuk mengonsumsi berbagai jenis makanan cepat saji kalangan internasional. Ada banyak jenis restoran yang menyajikan beragam macam pilihan variasi maupun konsep makanan serta jasanya. Dengan bertumbuhnya bisnis industri kuliner, persaingan antar restoran semakin meningkat dan kompetitif. Berdasarkan informasi yang didapatkan dari Data Industri dari tahun 2011 hingga 2024 pada gambar 1.1 pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia mengalami fluktuasi hingga tahun 2024. Dilansir dari halaman *website* kemendag.go.id menyatakan bahwa menurut Menteri Perdagangan Republik Indonesia bapak Zulkifli Hasan (2024) mengatakan Industri makanan dan minuman di Indonesia dinilai memiliki prospek yang sangat menjanjikan, sebagaimana ditunjukkan oleh pertumbuhan sebesar 5,53% pada kuartal II tahun 2024 serta kontribusinya terhadap PDB yang mencapai 6,97% pada kuartal I tahun 2024. Besarnya peluang untuk mengembangkan bisnis industri kuliner di Indonesia semakin terbuka karena makanan sebagai kebutuhan pokok manusia, sehingga akan selalu dicari oleh Masyarakat dalam mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari dan didukung dengan tingginya tingkat konsumsi masyarakat di Indonesia. Di Indonesia dikenal dengan keanekaragaman kulinernya, salah satu *trend* bisnis kuliner yang sangat populer di Indonesia yaitu restoran *all you can eat* atau biasa

disingkat dengan AYCE. Meningkatnya jumlah restoran dengan mengusung konsep *all you can eat* semakin menjadi *favorite* oleh masyarakat, khususnya di kota – kota besar seperti DKI Jakarta (Dwi Jayanti, 2022).



Gambar 1.1 Tren Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman tahun 2011 – 2024

Sumber : Dataindustri.com (2025)

Pengertian *all you can eat* merupakan jenis tempat makan yang menerapkan sistem pembayaran satu kali untuk menikmati seluruh pilihan menu yang disediakan, biasanya disajikan dengan konsep prasmanan atau buffet, serta dibatasi oleh durasi waktu tertentu. Dilansir dari *Food and Wine* (2020) menerapkan sistem dengan konsep makan sepuasnya pada abad ke-16 di Swedia, masyarakat setempat memiliki kebiasaan menjamu tamu yang lapar dengan tradisi yang dikenal sebagai smorgasbord, yaitu menyajikan berbagai jenis hidangan dalam jumlah banyak. Smorgasbord sendiri merujuk pada aneka makanan khas Skandinavia yang disuguhkan secara prasmanan, terdiri dari pilihan menu panas maupun dingin yang ditata di atas meja. Selanjutnya, konsep *all you can eat* mulai dikenal luas dan diadopsi oleh berbagai negara lain seperti Amerika Serikat, Jepang, dan Indonesia.

Fenomena munculnya restoran dengan sistem *all you can eat* di Indonesia tidak terlepas dari banyaknya faktor, satu di antaranya yaitu karena faktor Gen Z yang dapat mempengaruhi *tren* kuliner di Indonesia dengan fenomena memanjakan diri melalui konsumsi yang bersifat hedonistik sering kali dipahami sebagai bentuk *self-reward* Lohita *et al.* (2022). Menurut Andreani *et al.* (2021) Gen Z akan menjadi target pasar dengan potensi tertinggi bagi kafe dan restoran. Didorong oleh gaya hidup yang menginginkan makan dalam jumlah besar dengan harga yang relatif murah. Kisaran harga yang ditawarkan pada konsep *all you can eat* beragam mulai dari harga cenderung murah, terjangkau dan mahal namun di beberapa restoran *all you can eat* juga memberlakukan potongan harga pada periode atau hari spesial tertentu hingga 50% kepada pengunjung. Restoran *all you can eat* tidak hanya menyajikan makanan yang dapat dikonsumsi tanpa batas, tetapi juga menyediakan minuman yang dapat dinikmati sepuasnya. Restoran *all you can eat* pada umumnya sesuai bagi orang yang ingin mengonsumsi makanan dalam jumlah besar serta menikmati beragam variasi hidangan. Namun demikian perlu diperhatikan, terdapat konsekuensi bagi pengunjung yang tidak menghabiskan makanan yang telah diambil, yaitu dikenakan denda atau biaya tambahan. Denda biaya tambahan bervariasi tergantung pada kebijakan masing – masing restoran. Rentang harga yang dikenakan di restoran *all you can eat* biasanya mulai dari Rp50 ribu hingga Rp200 ribu per gram atau bisa lebih tinggi. Selain denda, restoran *all you can eat* juga memberlakukan batasan waktu kepada pelanggan dalam upaya menikmati makanan. Menurut hasil studi yang telah dilakukan oleh Wang dan Lin (2021) berpendapat bahwa perilaku makan konsumen prasmanan berhubungan dengan

waktu pembayaran untuk makanan prasmanan, harga, kualitas pelayanan, dan obesitas.

Restoran berkonsep *all you can eat* kini telah tersebar secara luas di sejumlah kota besar di Indonesia, salah satunya di DKI Jakarta. Kota DKI Jakarta memiliki banyak tempat makan yang menerapkan konsep *all you can eat* dengan berbagai macam pilihan konsep, menu, harga yang ditawarkan. Restoran *all you can eat* umumnya mempunyai konsep *barbeque*, *grill* dan *shabu - shabu* yang memiliki cita rasa dan menu makanan khas Korea yang membuat orang tertarik untuk mencobanya. Berikut daftar restoran Korea yang mengusung konsep *all you can eat* di wilayah DKI Jakarta.

Tabel 1.1 Daftar tabel restoran, harga dan durasi waktu makan di restoran *all you can eat* di DKI Jakarta

Restoran Korea <i>all you can eat</i> di DKI Jakarta	Range Harga/Orang	Durasi Waktu
Pochajjang Korean BBQ	Rp119.000 - Rp185.000	90 Menit
Wangja Korean BBQ	Rp99.000 - Rp150.000	90 Menit
Bulgogi Yaa! Korea <i>all you can eat</i> <i>restaurant</i>	Rp99.000 - Rp200.000	90 Menit
Dookki Indonesia	Rp99.000 - Rp119.000	90 Menit
Sogogi Shabu dan Grill	Rp89.000 - Rp129.000	90 Menit

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2025)

Data pada Tabel 1.1 menunjukkan bahwa restoran Korea yang menerapkan konsep *all you can eat* umumnya memberlakukan durasi makan yang terbatas bagi para pelanggan, batasan waktu yang ditetapkan biasanya berdurasi 90 menit.

Tujuan diadakan batasan waktu untuk mencegah pemborosan makanan secara terbatas dan mengambil makanan secukupnya. Selain itu, harga pada setiap restoran *all you can eat* yang ada di DKI Jakarta sangat kompetitif. Pochajjang memiliki harga yang paling mahal jika dibanding dengan para pesaingnya yaitu pada harga Rp119.000 - Rp185.000. Harga paling murah dimiliki oleh Dookki Indonesia yaitu seharga Rp99.000 – Rp119.000. Namun harga tidak dapat mengukur nilai – nilai lainnya secara keseluruhan. Banyak faktor yang dapat memengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih restoran, karena pelanggan merupakan fondasi utama sebuah bisnis. Oleh karena itu, setiap restoran berupaya keras memastikan pengunjungnya tidak hanya menikmati hidangan, tetapi juga merasakan pengalaman mengeksplorasi cita rasa dan konsep yang unik (Lego dan Nellia, 2023).

Pengalaman yang kemudian dapat mempengaruhi persepsi pelanggan dan membentuk penilaian pelanggan terhadap restoran Korea *all you can eat* secara keseluruhan, termasuk dalam hal keinginan untuk kembali berkunjung. *Revisit intention* dipahami sebagai niat pelanggan melakukan kunjungan ulang ke destinasi dan penyedia layanan tertentu berdasarkan kepuasan dan pengalaman sebelumnya Kim *et al.* (2020). Menurut Rajput dan Gahfoor (2020) niat berkunjung kembali digambarkan sebagai probabilitas optimis untuk mengunjungi kembali restoran. Selain itu, kemudahan pengunjung, transportasi di tempat tujuan, hiburan, keramahtamahan, dan kepuasan pelayanan mempengaruhi niat berkunjung kembali pengunjung.

Paramita *et al.* (2021) berpendapat bahwa keinginan untuk mengulangi pengalaman positif, seperti mengonsumsi makanan lokal yang lezat dan menghidupkan kembali kenangan indah ketika mengunjungi suatu destinasi wisata dapat menimbulkan niat berkunjung kembali. Sementara Pai *et al.* (2021) niat berkunjung kembali mengacu pada niat atau komitmen wisatawan untuk berkunjung kembali pada destinasi wisata dan menyarakannya kepada orang lain secara aktif.

Faktor keberhasilan restoran Korea *all you can eat* tidak hanya ditentukan oleh konsep menarik yang menawarkan makan sepuasnya dengan harga tetap sehingga dapat menciptakan pengalaman makan yang unik dengan berbagai pilihan variasi menu dengan sistem *self service*, tetapi juga oleh berbagai faktor lain yang saling berkaitan. Menurut penelitian Luong dan Hussey (2022) menemukan bahwa kualitas makanan memiliki faktor yang kuat pada tingkat kepuasan konsumen di restoran *buffet* dan *all you can eat* serta faktor – faktor lainnya mencakup pengalaman pelanggan, nilai yang didapatkan, harga yang kompetitif, dan kualitas pelayanan. Namun, meskipun restoran Korea *all you can eat* memiliki konsep menarik, keberhasilan bisnis restoran *all you can eat* tidak selalu terjamin. Jika restoran tidak memahami dan mempelajari perilaku konsumen, hal tersebut dapat menjadi pemicu munculnya berbagai masalah yang berdampak pada restoran. Menurut hasil penelitian dari Tuncer *et al.* (2021) menemukan permasalahan pada restoran yaitu terkait dengan *customer experience* yang merujuk pada kenyamanan tempat yaitu kondisi fasilitas yang tidak memadai, ruang yang belum tertata secara efektif, ruang makan yang sempit dan panas hingga ketersediaan makanan yang

tidak konsisten, misalnya beberapa jenis makanan cepat habis dan lambat untuk di *refill*. Adapun *perceived value* meliputi ketidaksesuaian antara harga dan kualitas makanan, variasi menu yang terbatas dan biaya tambahan yang tidak transparan. Sementara itu, permasalahan pada *service quality* yaitu lambatnya pelayanan staf, standar kebersihan yang kurang terjaga, kurangnya ramah dan profesionalitas staf yang membuat pelanggan merasa tidak dihargai. Keluhan serta kritik dari pelanggan mencerminkan rasa ketidakpuasan terhadap layanan dan produk yang diberikan. Contoh nyata dari ketidakpuasan tersebut adalah pelayanan yang tidak memenuhi harapan. Jika pihak restoran tidak merespon keluhan dengan tepat, pelanggan kemungkinan besar akan memilih untuk mengunjungi restoran lain. Komentar negatif serta kritik yang disampaikan oleh pelanggan menjadi faktor ketidakpuasan terhadap produk maupun layanan yang diterima, pada akhirnya dapat memengaruhi keputusan pelanggan untuk tidak mengunjungi kembali restoran (*revisit intention*).

Berikut tanggapan negatif pelanggan mengenai restoran Korea *all you can eat* bersumber dari *google review*:

Tabel 1.2 Ulasan Pelanggan restoran Korea *all you can eat*

Restoran Korea All You Can Eat di DKI Jakarta	Ulasan
Pochajjang Korean BBQ	<ul style="list-style-type: none"> a. Sumiyantri Irwan : Pelayanan tidak memuaskan, sudah salah dalam memberikan pesanan galak dan arogan. Kata maaf aja ngak. b. Alvina Jayaa : Enoki dan sayur – sayur lain menghilang entah kemana, <i>ac</i> rusak ga dibenerin, pelayannya jutek – jutek. c. Glenn Adhiyaksa : Karyawan yang bertugas kalo daging habis juga malah asik ngobrol sendiri dan sampai saus habis pun harus <i>customer</i> yang minta baru disediakan.

Wangja Korean BBQ	<ul style="list-style-type: none"> a. Viona Desy Rahmawati : Jelek bgt <i>service</i> nya, daging kosong semua di kulkas, selada juga gak ada. Kapok, yg mau makan sini mikir 100x deh. b. Alvira Siti : Layanan kurang, makanan banyak kosong, tempatnya panas padahal indoor, <i>ac</i> nya ga dinyalain c. Nur Aini : Pelayanannya ga bagus, mas sama mba nya jutek banget. Tolong diperbaiki pelayanannya bikin gak nyaman <i>customer</i> kalo kaya gini <i>attitude</i> nya kurang banget.
Bulgogi Yaa! Korea <i>all you can eat restaurant</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. June Artha : Kualitas makanan dan pelayanannya kurang bagus. b. Hans : Tempat sangat tidak higienis terdapat lalat di <i>side dish</i> nya c. Veronica dan Ivan : Pegawainya males - males, tempat daging udah menggunung ga ada yg jalan ambil padahal cuma saya dan suami yg makan, malah main tiktok nonton video. <i>Grill pan</i> pun sampe gosong - gosong ga di tanya mau ganti apa engga.
Dookki Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> a. Maridza Puspitasari : <i>Bad experience ever</i>. Cukup sekali dan terima kasih. b. Udinnius 01 : <i>Waitress</i> sangat tidak <i>professional</i>. <i>Waiting list</i> yg sudah ditulis tiba – tiba hilang dan tiba – tiba diganti dengan <i>list</i> baru. Saya yg sudah <i>reserve</i> 2 jam sebelumnya tiba – tiba dianggap belum terdaftar. c. Heru Yoga : Makanan banyak yang tidak tersedia, <i>refill</i> sangat lama.
Sogogi Shabu dan Grill	<ul style="list-style-type: none"> a. Firdaus Ahmad : Pelayan nya jutek banget dan ngeselin suka ngeliatin gitu orang lagi makan jadi keganggu. b. Qiani Evelyn : Ga lagi lagi kesini, <i>ac</i> mati gerah bgt, peralatan makan ga lengkap, daging abis <i>refill</i> nya lama, makan juga kaya di liatin sama pelayannya ga nyaman. c. Pitry Agustin : Sungguh pelayanan yang jelek. Ga ada <i>manner</i> dan ga ada etika. Daging ga disediakan di bawah, konsumen yg disuruh bolak balik ke atas.

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2025)

Ketika pelayanan dan pengalaman ternyata kurang memuaskan serta kualitas makanan yang disediakan tidak memenuhi eskpetasi, maka membuat kesan yang kurang menyenangkan. Tabel 1.2 menyajikan data yang menunjukkan bahwa, Beberapa kendala dialami oleh pelanggan restoran Korea *all you can eat*,

khususnya yang berhubungan dengan *customer experience* diantaranya *bad experience* dan tempat yang tidak higienis, serta permasalahan pada *perceived value* yaitu makanan dan menu banyak yang tidak tersedia dan *service quality* seperti pelayanan yang kurang ramah dan tidak *professional* yang membuat pelanggan tidak merasakan kepuasan sehingga memutuskan untuk tidak datang kembali ke restoran. Saat ini pelanggan menuntut kualitas tinggi terhadap produk dan pelayanan. Dengan demikian, dapat disebutkan pelanggan mengevaluasi dan menginterpretasikan banyak fitur yang terkait dengan kualitas layanan yang dibeli dari sudut pandang sendiri. Dengan kata lain pelanggan cenderung melakukan perbandingan antara ekspektasi terhadap layanan dengan pengalaman layanan yang benar-benar diterima. Apabila layanan diharapkan lebih baik daripada layanan yang dirasakan, kualitasnya tidak memuaskan pelanggan. Jika layanan yang dirasakan lebih baik daripada layanan yang diharapkan, dapat dikatakan bahwa kualitas layanan memuaskan pelanggan (Uslu, 2020).

Dengan merujuk pada *literature review* dan masalah yang diuraikan sebelumnya, peneliti memutuskan untuk menjalankan penelitian dengan memasukkan variabel *customer experience*, *service quality*, *perceived value*, *customer satisfaction* dan *revisit intention*. Dengan melakukan studi kasus pada pelanggan restoran Korea *all you can eat* di DKI Jakarta.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Beberapa pertanyaan penelitian yang dapat ditarik dari latar belakang masalah diatas meliputi:

1. Apakah *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*?
2. Apakah *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*?
3. Apakah *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*?
4. Apakah *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*?
5. Apakah *perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*?
6. Apakah *perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*?
7. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan pertanyaan penelitian, maka tujuan dilaksanakannya penelitian ini meliputi:

1. Untuk melakukan pengujian atas pengaruh secara signifikan dari *customer experience* terhadap *customer satisfaction*

2. Untuk melakukan pengujian atas pengaruh secara signifikan dari *customer experience* terhadap *revisit intention*
3. Untuk melakukan pengujian atas pengaruh secara signifikan dari *service quality* terhadap *customer satisfaction*
4. Untuk melakukan pengujian atas pengaruh secara signifikan dari *service quality* terhadap *revisit intention*
5. Untuk melakukan pengujian atas pengaruh secara signifikan dari *perceived value* terhadap *customer satisfaction*
6. Untuk melakukan pengujian atas pengaruh secara signifikan dari *perceived value* terhadap *revisit intention*
7. Untuk melakukan pengujian atas pengaruh secara signifikan dari *customer satisfaction* terhadap *revisit intention*

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan pelaksanaan penelitian ini, diharapkan bahwa pihak yang membutuhkan akan mendapatkan manfaat. Terdapat dua manfaat dari penelitian ini, meliputi :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini memberikan kontribusi dalam meningkatkan pengetahuan dan pemahaman khususnya mengenai pengaruh *customer experience*, *service quality*, *perceived value* dan *customer satisfaction* dalam mempengaruhi *revisit intention* pada restoran Korea al you can eat di DKI Jakarta. Selain itu, temuan hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi dan

pedoman bagi penelitian berikutnya untuk mengakses literatur akademik, khususnya dalam konteks industri kuliner.

1.4.2 Manfaat Praktisi

Manfaat praktis dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai panduan, masukan dan saran bagi para penyelenggara usaha makanan, terutama yang menerapkan sistem *all you can eat* agar bisa meningkatkan pengalaman pelanggan, kualitas layanan dan menyusun strategi pemasaran yang efektif berdasarkan persepsi nilai dan kepuasan pelanggan untuk membuat pelanggan melakukan niat kunjungan ulang pada restoran Korea *all you can eat* yang memberikan pengaruh untuk memahami kebutuhan dan perkembangan dalam restoran dalam meningkatkan keunggulan bersaing secara internasional.

