

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kota Madiun merupakan salah satu daerah yang menunjukkan pertumbuhan ekonomi signifikan di Provinsi Jawa Timur. Salah satu sektor yang menjadi fokus pengembangan adalah sektor kuliner, yang dinilai memiliki potensi besar dalam mendukung perekonomian lokal. Salah satu bentuk pengembangan tersebut ialah kehadiran *food court* sebagai pusat kuliner yang menyediakan beragam jenis makanan dan minuman dalam satu area. *Food court* memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memilih menu sesuai dengan preferensi masing-masing karena tersedianya berbagai gerai dengan aneka pilihan kuliner Zian Nibrasya et al (2023)

Dalam sektor ini, terdapat beberapa faktor utama yang memengaruhi minat konsumen untuk berkunjung, antara lain variasi produk makanan, kualitas layanan, dan suasana tempat. Variasi produk makanan dinilai penting karena dapat menjangkau berbagai segmen konsumen dengan selera dan kebutuhan yang berbeda. Menurut Istiqomah dalam Lestari & Novitaningtyas (2021), variasi produk dapat ditinjau melalui dua dimensi, yaitu lebar (jumlah kategori produk yang ditawarkan) dan kedalaman (jumlah pilihan dalam masing-masing kategori, seperti ukuran, bahan, atau rasa). Sedangkan menurut Kotler dan Keller dalam (Krismonanda & Iskandar, 2021) variasi produk makanan dapat ditinjau dari ukuran, harga,

tampilan, serta ketersediaan produk. Keberagaman menu ini memungkinkan *food court* untuk menjangkau konsumen dengan preferensi khusus, seperti vegetarian, vegan, ataupun pencinta makanan sehat.

Selanjutnya, kualitas layanan juga berperan krusial dalam membentuk pengalaman makan yang menyenangkan. Pelayanan yang cepat, ramah, dan profesional akan meningkatkan kepuasan pelanggan, sedangkan layanan yang buruk berpotensi menurunkan minat konsumen untuk kembali berkunjung. Dalam konteks industri kuliner, kualitas layanan menjadi salah satu indikator utama yang memengaruhi loyalitas pelanggan Mustikasari (2020).

Selain itu, suasana atau *atmosfer* dari *food court* turut berkontribusi dalam menciptakan kenyamanan dan kepuasan pelanggan. Elemen-elemen seperti kebersihan, desain interior, pencahayaan, hingga tata ruang, memainkan peran penting dalam membangun citra positif suatu tempat makan. Suasana yang mendukung secara fisik dan estetis mampu menciptakan pengalaman positif yang mendorong terjadinya pembelian ulang Sunarti dalam (Angelika & Lego, 2022).

Sebagai upaya revitalisasi sektor ekonomi pasca pandemi COVID-19, Pemerintah Kota Madiun meresmikan Sleko *Food Court* pada 4 Desember 2021. Proyek ini merupakan transformasi dari Pasar Sleko yang sebelumnya dikenal sebagai pasar tradisional dengan kesan tidak tertata. Revitalisasi ini bertujuan untuk menciptakan kawasan kuliner modern yang

lebih bersih, nyaman, dan tertib. Selain aspek fisik, pemerintah juga menerapkan sistem digitalisasi seperti e-retribusi dan manajemen parkir berbasis teknologi guna meningkatkan efisiensi operasional dan pelayanan publik Dinas Perdagangan Kota Madiun (2021).

Tabel 1. 1 Daftar Tenant di Sleko Food Court

No	Nama Tenant	No	Nama Tenant
1	Soto Daging dan Rawon Setan	16	Penyet Geprek & Sambel Gami, (Cobek Bakar) Kak Niar
2	Tepo Tahu Telor	17	Nasi Pecel Rahayu
3	D. Cafe	18	Penyetan Bu Diro
4	Japanese Jowo Street Food	19	Soto Pak Yono
5	Philos Coffe and Tea	20	Sate Gule Tengkleng Pak San
6	Cak Nurul	21	Putu Bumbung
7	Bubur Ayam Sleko	22	Tahu Tek Lontong Sayur
8	Depot Gaul Pak.On	23	Lapak Pak Sudar
9	Penyetan, Bakaran, Geprek & Aneka Rendang	24	Martabak
10	Gado-Gado & Es Buah	25	Putu Ayu
11	Kedai Brilian	26	Kedai Soto Pahlawan
12	Jus Buah, Sop Buah, Smothies	27	Warung Jeng Minul
13	Sambelan Mbak Nara	28	Nasi Goreng Babat Gongso
14	Sego Manten & Ayam Penyet	29	Kedai Es dan Tansu
15	Sea Good, Sea Food, Western & Asian Food	30	Intip Ketan

Sumber : Data primer berdasarkan observasi lapangan, 2025

Berdasarkan tabel 1.1, terdapat 30 tenant aktif dari total 33 tenant yang menempati unit usaha di Sleko *Food Court* Kota Madiun. Tenant – tenant tersebut menawarkan beragam jenis makanan dan minuman, mulai dari makanan berat seperti ayam geprek, mie pedas, dan bakso hingga minuman kekinian seperti kopi, thai tea, dan es teh. Keberagaman tenant ini mencerminkan tingginya variasi produk makanan dan minuman yang tersedia, yang menjadi salah satu variabel utama dalam penelitian ini. Perbedaan layanan, suasana stan, dan jenis sajian dari masing-masing tenant juga menjadi faktor yang dipertimbangkan dalam menilai minat beli pelanggan.

Selain menawarkan keberagaman produk makanan dan minuman, Sleko *Food Court* juga didukung oleh fasilitas pununjang yang berkontribusi terhadap kenyamanan pengunjung. Terdapat petugas kebersihan yang secara rutin membersihkan meja setiap kali pelanggan selesai makan, sehingga area tetap bersih dan tertata. Tak hanya itu, suasana dilokasi ini juga diperindah dengan adanya pertunjukan live musik yang rutin diselenggarakan setiap hari pada sore hingga malam hari. Kehadiran *live* musik ini memberikan pengalaman bersantap yang lebih menyenangkan dan menjadi daya tarik tersendiri bagi para pengunjung. Hal-hal tersebut merupakan bagian dari aspek suasana yang dapat memengaruhi minat beli pelanggan, dan menjadi salah satu fokus penting dalam penelitian ini.

Dalam pengelolaannya, terdapat kebijakan dan tata tertib yang harus diikuti oleh para pedagang. Beberapa peraturan tersebut antara lain kewajiban menjaga kebersihan kios dan area sekitar, mematuhi jam operasional yang umumnya dimulai pukul 08.00 WIB, serta memenuhi kewajiban pembayaran sewa kios. Selain itu penempatan kios pun tidak bebas, melainkan dikelola melalui prosedur yang ditetapkan oleh Dinas Perdagangan Kota Madiun, sehingga tercipta ketertiban dan efisiensi dalam pengelolaan *food court*.

Penelitian-penelitian sebelumnya mengindikasikan bahwa variasi produk memberikan dampak signifikan terhadap minat pelanggan dikarenakan mampu memberikan pilihan lebih luas dan menarik bagi konsumen terhadap suatu bisnis kuliner (Saputra et al, 2023). Kualitas layanan yang mencakup kecepatan, keramahan, dan ketepatan layanan terbukti meningkatkan kepuasan serta niat beli pelanggan (Cristanto et al, 2023). Suasana yang nyaman dan estetis juga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian ulang pelanggan (Prasetyo & Wibowo 2023).

Mengacu pada hal tersebut, dan mengingat bahwa Sleko *Food Court* merupakan fasilitas yang tergolong baru serta telah berjalan sekitar empat tahun sejak revitalisasi, dan di tengah pesatnya pertumbuhan sektor kuliner, penting untuk mengetahui sejauh mana ketiga faktor variasi produk, kualitas layanan, dan suasana berpengaruh terhadap minat pelanggan di lokasi tersebut. Berdasarkan hal tersebut, penulis bermaksud melakukan penelitian judul: **“Pengaruh Variasi Produk Makanan, Kualitas Layanan, Dan**

Suasana Terhadap Minat Pelanggan Di Sleko *Food Court* Kota Madiun”.

B. Batasan Masalah

Untuk menghindari semakin meluasnya penelitian ini, maka diperoleh batasan masalah dalam penelitian sebagai berikut :

1. Objek penelitian ini adalah Sleko *Food Court* di Kota Madiun.
2. Subjek penelitian ini adalah Masyarakat yang pernah membeli makanan di Sleko *Food Court*.

C. Rumusan Masalah

Dari permasalahan tersebut, maka terdapat beberapa rumusan masalah yaitu :

1. Bagaimana pengaruh variasi produk makanan terhadap minat pelanggan di Sleko *Food Court* Kota Madiun?
2. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap minat pelanggan di Sleko *Food Court* Kota Madiun?
3. Bagaimana pengaruh suasana terhadap minat pelanggan di Sleko *Food Court* Kota Madiun?
4. Bagaimana pengaruh variasi produk makanan, kualitas layanan, dan suasana terhadap minat pelanggan di Sleko *Food Court* Kota Madiun?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh variasi produk makanan terhadap minat pelanggan di Sleko *Food Court* Kota Madiun.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap minat pelanggan di Sleko *Food Court* Kota Madiun.
3. Untuk mengetahui pengaruh suasana terhadap minat pelanggan di Sleko *Food Court* Kota Madiun.
4. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas makanan, layanan, dan suasana terhadap minat pelanggan di Sleko *Food Court* Kota Madiun.

E. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat penelitian ini bagi peneliti yaitu, diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh konsistensi kualitas makanan, kualitas layanan, dan suasana terhadap minat pelanggan untuk membeli kuliner di Sleko *Food Court* Kota Madiun, sehingga dapat dijadikan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya ketika ingin meneliti topik yang sama.
2. Manfaat penelitian bagi pengusaha kuliner yaitu, sebagai bahan masukan dan saran bagi *food court* di Kota Madiun tentang pentingnya pengaruh konsistensi kualitas makanan, kualitas layanan, dan suasana terhadap minat beli pelanggan mereka.

F. Definisi Istilah

1. Variasi Produk Makanan

Variasi produk makanan adalah tingkat keberagaman jenis makanan yang ditawarkan oleh suatu usaha kuliner, yang mencakup berbagai aspek seperti kategori menu, rasa, inovasi, penyajian, dan kemampuan memenuhi preferensi pelanggan.

2. Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah penilaian terhadap seberapa baik sebuah layanan diberikan kepada pelanggan atau pengguna, yang mencakup aspek kepuasan, kecepatan, ketepatan, dan kenyamanan.

3. Suasana

Suasana adalah keadaan atau nuansa perasaan yang tercipta dalam situasi, tempat, atau lingkungan tertentu, yang mempengaruhi emosi atau perasaan seseorang. Suasana di Sleko *Food Court* Kota Madiun mengacu pada atmosfer fisik dan psikologis yang tercipta di dalam area *food court*. Ini mencakup desain interior, kebersihan, kenyamanan tempat duduk, pencahayaan, tingkat kebisingan, serta faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi pengalaman pelanggan secara keseluruhan saat berada di *food court*.

4. Minat Pelanggan

Minat Pelanggan adalah ketertarikan atau keinginan yang muncul pada diri pelanggan terhadap produk atau layanan tertentu. Minat pelanggan di Sleko *Food Court* Kota Madiun didefinisikan sebagai kecenderungan atau niat pelanggan untuk mengunjungi kembali atau memilih food court ini sebagai tempat makan. Minat ini dapat diukur melalui persepsi pelanggan terhadap faktor-faktor seperti kualitas makanan, kualitas layanan, dan suasana, serta sejauh mana hal-hal tersebut memengaruhi pertimbangan untuk melakukan kunjungan ulang maupun merekomendasikan tempat itu kepada orang lain.