

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pelayanan Restoran

Pelayanan Restoran atau *Restaurant Service* adalah suatu pelayanan yang diberikan kepada tamu atau pelanggan untuk mencapai kepuasan dari pelanggan (Kompasiana, 2022). Pelayanan restoran menjadi salah satu hal yang penting dan perlu diperhatikan dalam usaha untuk meningkatkan kepuasan dari pelanggan (InterActive Technology Corp, 2019). Kepuasan pelanggan sendiri akan menciptakan loyalitas terhadap Restoran. Kerap kali, pelanggan menjadi kurang puas jika pelayanan yang diberikan tidak memuaskan terhadap pelanggan, contohnya seperti pelayan yang salah dalam mencatat pesanan pelanggan atau kasir yang tidak ramah terhadap pelanggan. Hal ini bisa saja membuat seorang pelanggan menjadi segan untuk datang kembali ke suatu restoran atau bahkan memberikan kesan yang buruk sebagai tanda tidak ada kepuasan yang diterima.

2.2 Preferensi Konsumen

Preferensi Konsumen adalah salah satu bentuk dari penilaian konsumen terhadap suatu produk atau jasa untuk menentukan terkait suka dan tidak sukanya suatu konsumen terhadap produk tersebut (Aida, 2021). Preferensi Konsumen juga dapat meningkatkan kualitas dari suatu restoran itu sendiri, hal ini dikarenakan preferensi konsumen akan meningkatkan kepuasan dari konsumen yang menyebabkan konsumen meninggalkan kesan yang baik terhadap suatu restoran ataupun hotel. Dalam hal penelitian ini, preferensi konsumen berperan dalam menghasilkan data atas makanan antara Mie Yamin dengan Pasta yang lebih disukai oleh konsumen untuk menentukan variasi menu yang disajikan Restoran Semawis *All – Day Dining*.

2.3 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan suatu pelanggan adalah salah satu tindakan pelanggan yang membandingkan harapan yang diinginkan dengan apa yang diterima (Umar, 2005). Kepuasan pelanggan sendiri didapatkan dari penilaian suatu pelanggan terhadap yang diterimanya seperti pelayanan dan kualitas makanan yang disantapnya. Kepuasan pelanggan juga berperan penting dalam penentuan suatu variasi makan

pagi yang disajikan dalam suatu hotel ataupun restoran. Kepuasan pelanggan dapat diraih juga dari pemenuhan preferensi pelanggan. Misalnya, preferensi pelanggan lebih tinggi terhadap menu Mie Yamin, dan restoran menyajikan Mie Yamin dengan kualitas baik, hal ini menimbulkan kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini, kepuasan pelanggan memiliki peran penting dalam penentuan variasi menu makanan di Resto Semawis *All – Day Dining*. Hal ini dikaitkan karena kepuasan pelanggan dapat memberikan referensi terhadap restoran atau hotel dalam mengukur sebatas mana kepuasan pelanggan yang diterima terhadap suatu menu yang disajikan tersebut.

2.4 Diversifikasi Menu

Di dunia perhotelan khususnya di penyajian makanan atau *Food and Beverage*, variasi menu sangat penting, karena menu makanan merupakan penuntun bagi para tamu yang menikmati hidangan yang disajikan tersebut apakah menarik perhatian mereka dan layak dimakan atau tidak. Kata variasi sendiri sudah tidak asing dalam perekonomian karena variasi menu termasuk sebagai strategi yang banyak digunakan dalam dunia usaha dan salah satunya dalam dunia perhotelan. Menurut Rosalin dan Soetanto (2006 : 58) menu adalah daftar item makanan yang ditawarkan pemilik usaha berdasarkan kebutuhan dan permintaan pelanggan dan dirancang untuk mencapai tujuan pemilik usaha. Menu yang dibuat dengan baik dapat mengarahkan perhatian pelanggan pada barang yang dijual lebih banyak menurut Odzemir dan Caliskan (2014 : 4)

Menurut Angriani (2018), Keputusan Pembelian / *Revisit intention* berkaitan dengan banyaknya varian menu, konsumen akan mempertimbangkan menu mana yang dapat memuaskan kebutuhan yang diinginkan. Setelah itu konsumen memutuskan untuk membeli menu atau jasa yang sesuai dengan kebutuhannya. Jadi menu makanan tersebut ditampilkan dan disajikan untuk menarik minat dan perhatian tamu akan makanan yang akan dihidangkan. Dalam perkembangannya menu makanan ini dilengkapi oleh variasi – variasi lainnya yang disediakan oleh Hotel, sehingga tamu akan lebih tertarik lagi oleh apa yang telah disajikan tersebut. Dengan adanya variasi menu membuat tamu puas dan sukar untuk berpindah tempat makan ataupun Hotel.

2.5 *Breakfast*

Dalam Kamus Bahasa Inggris – Bahasa Indonesia, *Breakfast* tersendiri mengartikan sarapan atau makan pagi. *Breakfast* merupakan waktu pertama makan dalam mengonsumsi makanan berat. Tak jauh berbeda dalam *Oxford Dictionary on English*, *Breakfast* juga berarti makan pada waktu pagi hari. *Breakfast* berasal dari kata kerja “*Break + Fast*”. *Breakfast* biasanya dilakukan pada pukul 06.30 atau pukul 07.30. Meskipun begitu, *Breakfast* disetiap negara berbeda – beda, umumnya orang – orang mengonsumsi Karbohidrat seperti roti, mie, ataupun nasi. Menurut Sartika Nurwijayanti (2012 ; 2018), Sarapan atau *Breakfast* adalah kegiatan penting sebelum melakukan aktivitas fisik setiap hari. *Breakfast* dapat memenuhi sekitar lima belas persen sampai dua puluh lima persen kebutuhan gizi dalam sehari. *Breakfast* termasuk kedalam salah satu dari sepuluh pesan gizi seimbang. Tentunya juga dapat menyumbangkan seperempat dari kebutuhan gizi sehari yaitu sekitar dua ratus sampai lima ratus kalori dengan delapan sampai sembilan gram protein (Saufika, 2012) dalam (Putra, 2018)

Breakfast pada Hotel dapat meningkatkan daya tarik tamu kepada restoran yang ada di Hotel tersebut dan tentu dapat meningkatkan penjualan. Dengan menyajikan *Breakfast* yang bergizi dan tentu menarik perhatian, para tamu dapat mengawali hari dengan lebih baik dan menyegarkan. Memberikan *Breakfast* yang berkesan ke tamu akan memberikan pengalaman yang baik dan dapat membuat tamu yang menginap juga puas atas pelayanan dan sajian menu *Breakfast* yang telah disajikan.

2.6 *Pasta*

Dalam Bahasa Inggris, Pasta adalah sebutan untuk berbagai jenis masakan dengan bahan baku utama salah satu pasta yang diberi bumbu saus. Pasta tersendiri berbahan dasar dari tepung yang dicampur dengan air dan telur lalu dibentuk menjadi lembaran – lembaran atau bentuk – bentuk yang beragam. Pasta berasal dari Bahasa Italia “*Pasta Aliméntare*” yang berarti adonan makanan. Dalam arti luas “Pasta” bisa berarti semua adonan, seperti adonan roti, *pastry*, dan ataupun *cake* (Prihastuti Ekawatiningsih, et al., 2008).

Pasta merupakan suatu inovasi di dunia makanan yang ditemukan pada akhir abad ke 13. Setelah eksplorasi dari timur, pada abad ke 13 *Marco Polo* ke empat

sebelum masehi, hal ini terbukti karena ditemukannya makam *Etrusean* yang membuat makanan Pasta di Italia. Setelah diperkenalkan di Itali, beberapa turis Inggris yang sedang berkunjung Itali, mereka mempelajari tentang makanan Pasta dan memperkenalkan Pasta tersebut ke Amerika. Mereka memperkenalkan Pasta sebagai mie yang dimasak kurang lebih satu setengah jam dan lalu dibekap dengan saus.

Pasta dibedakan menjadi dua, yaitu Pasta kering dan Pasta segar. Pasta kering adalah Pasta yang dibuat oleh pabrik dengan menggunakan mesin dan masa simpannya jauh lebih lama dan lebih panjang, sedangkan Pasta segar adalah Pasta yang dibuat secara manual menggunakan Pasta maker dan untuk masa simpannya hanya bertahan selama satu hari (Redy Dwicahya, 2016). Ada berbagai macam bentuk dan nama yang berbeda – beda dari Pasta, yang pada umumnya kita ketahui yaitu jenis Spaghetti dan Fettucini yang berbentuk panjang, lalu ada Penne dan Rigatoni yang berbentuk pendek, dan tentu ada banyak jenis lainnya yang lebih unik.

2.7 Mie

Mie merupakan produk pangan yang sudah tidak asing dikalangan masyarakat Indonesia. Menurut Badilangeo (2012) Mie merupakan produk makanan yang terbuat dari tepung gandum sebagai bahan dasarnya dengan atau tanpa adanya penambahan bahan pangan yang lain. Kualitas fisik Mie yang ideal adalah kenyal, elastis, permukaannya halus, berwarna kuning khas mie, bersih, dan tidak lengket. Awal mula Mie tersendiri berasal dan ditemukan dari Tiongkok di Kota *Qinghai* pada bulan Oktober tahun 2005. Orang Italia, Tionghoa, dan Arab telah mengklaim bangsa mereka sebagai pencipta Mie, walaupun tulisan tertua mengenai mie berasal dari Dinasti Han Timur, antara 25 dan 220 Masehi.

Sekitar empat puluh persen konsumsi gandum di Asia adalah Mie. Mie merupakan salah satu produk yang sangat digemari dikalangan masyarakat Indonesia. Bahkan dengan menu Mie ini dapat dijadikan searapan oleh para masyarakat Indonesia. Mie yang sudah tersebar di Indonesia tentu sudah berubah – rubah, dan tentu memiliki ciri khasnya masing – masing. Salah satu contohnya yaitu Mie Yamin, menu yang cocok untuk dijadikan sarapan. Mie Yamin

merupakan hidangan mie yang diberi topping ayam dengan racikan dan rasa yang lebih manis, tetapi rasa bisa disesuaikan oleh keinginan pembeli.