

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Fine Dining Restoran

Restoran *fine dining* adalah restoran yang didekorasi dengan istimewa dan juga menyajikan servis dan hidangan yang berkualitas baik atau sangat baik (Walker, 1985). Scheineider (2007) menggambarkan *fine dining* sebagai fokus pada suasana keseluruhan, perhatian terhadap detail dalam peralatan makan dan layanan, sehingga membuat makan di luar terasa seperti sebuah acara atau perayaan khusus. *Fine dining* di zaman sekarang tidak hanya menggunakan konsep diatas namun sekarang penekanan terhadap penggunaan bahan di sekitar dengan kualitas terbaik dan premium yang memiliki tingkat *sustainability* tinggi lah yang di cari. *Fine dining* adalah lebih dari sekedar makanan, ini adalah pengalaman menyeluruh yang melibatkan layanan, suasana, dan presentasi makanan yang luar biasa.

Fondasi *fine dining* modern sendiri mulai terbentuk di Perancis pada abad ke-17 dan ke-18, dengan konsep "high cuisine" yang fokus pada teknik kuliner yang rumit, presisi dalam memasak, dan presentasi hidangan yang imajinatif. Tokoh-tokoh penting seperti *François Pierre La Varenne* dan *Marie-Antoine Carême* menetapkan dasar-dasar gastronomi Perancis dengan mengkodifikasi teknik memasak dan menciptakan fondasi kuliner modern (Lane, 2014). Pada abad ke-19 budaya *fine dining* semakin berkembang dengan munculnya restoran-restoran bergengsi dan panduan restoran. *Auguste Escoffier*, yang sering disebut sebagai "raja para koki dan koki para raja", merevolusi dunia kuliner dengan pendekatan menu yang teliti, organisasi dapur yang efisien, dan pengembangan hidangan klasik Perancis. Dengan fondasi yang kuat dari tradisi kuliner Perancis, *fine dining* terus berkembang dan menawarkan pengalaman makan yang tak terlupakan bagi pelanggan di seluruh dunia, termasuk di Indonesia.

2.2. Kriteria Restoran Fine Dining

Restoran *fine dining* memiliki hubungan erat dengan kualitas mencakup tiga faktor selain dengan citra merek, yaitu kualitas yang mencakup kualitas makanan, kualitas servis, kualitas atmosfer. Ketiga faktor ini memegang peranan

yang krusial dalam memberikan pengalaman kuliner yang istimewa bagi konsumen. Meskipun makanan yang enak adalah yang terpenting, atmosfer dan pelayanan yang baik juga sangat memengaruhi bagaimana pelanggan menilai restoran tersebut (Berry, 2007).

1) Kualitas Servis

Kualitas servis memiliki peran yang besar dalam industri seperti restoran karena mempunyai dampak yang langsung seperti mempengaruhi kepuasan dan kesetiaan seorang pelanggan dan juga terhadap reputasi restoran tersebut, dengan mempunyai standar kualitas servis yang tinggi restoran dapat memperkuat hubungan antar penjual dan konsumen. Layanan restoran yang memuaskan mendorong kunjungan ulang (Hyo Sun Jung, 2012). Memahami dan memenuhi atau bahkan melebihi, harapan pelanggan adalah kunci untuk menciptakan pengalaman yang istimewa di restoran. Responsivitas pelayan dalam menanggapi permintaan sangat penting, karena setiap detail mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. Pelanggan yang puas dan loyal cenderung merekomendasikan restoran kepada teman, keluarga, dan kenalan. Rekomendasi ini sangat berharga karena didasarkan pada pengalaman pribadi dan dapat membantu restoran mendapatkan pelanggan baru tanpa biaya pemasaran tambahan.

2) Kualitas atmosfer

Kualitas atmosfer memegang peran vital dalam pengalaman makan di restoran *fine dining*. Ketika seorang pelanggan pertama kali masuk ke dalam restoran tersebut mereka merasakan atmosfer tempat tersebut daripada makanannya (Jalil, 2016). Ini tidak hanya memanjakan lidah, tetapi juga mempengaruhi indera lainnya seperti aroma, visual, dan sentuhan. Restoran *fine dining* berkualitas mampu menciptakan suasana yang mengundang, romantis, dan mewah, dengan pencahayaan lembut dan dekorasi menawan. Setiap aspek dirancang dengan seksama untuk memberikan kesan yang tak terlupakan. Atmosfer yang tepat membuat tamu merasa santai, nyaman, dan bahagia, menciptakan kenangan yang membekas dan mendorong mereka untuk kembali.

3) Kualitas makanan

Kualitas makanan di restoran *fine dining* merupakan faktor utama yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Menurut Harrington (2005), kualitas makanan adalah salah satu elemen kunci dalam menentukan pengalaman makan yang memuaskan di restoran *fine dining*. Penelitian oleh Namkung dan Jang (2010) juga menekankan bahwa kualitas makanan mempengaruhi emosi dan niat perilaku pelanggan, menunjukkan pentingnya kualitas makanan dalam menciptakan pengalaman makan yang memuaskan. Restoran ini menggunakan bahan baku terbaik, baik lokal maupun impor, dan mengandalkan juru masak berpengalaman yang terampil dalam mengolahnya. Juru masak tidak hanya mengikuti resep yang ada tetapi juga menggunakan kreativitas untuk menciptakan hidangan unik dan menarik. Selain rasa, presentasi juga diperhatikan, dengan hidangan yang terlihat indah dan menarik. Namun, yang paling penting adalah tanpa rasa yang nikmat, faktor lain tidak akan berarti. Restoran *fine dining* menempatkan rasa sebagai faktor utama dalam menciptakan pengalaman kuliner luar biasa bagi tamu mereka (Joung, 2011).

2.3. Citra Merek

Citra merek adalah fondasi penting untuk menjaga kesetiaan pelanggan dan merancang strategi pemasaran di industri restoran *fine dining*. Restoran *fine dining* tidak hanya menyajikan hidangan berkualitas tinggi, tetapi juga menawarkan pengalaman layanan superior dengan identitas unik dan eksklusif. Dengan citra merek yang kuat, restoran dapat memikat konsumen dan membedakan diri dari pesaing dalam pasar yang kompetitif. Citra merek positif menarik pelanggan setia yang tidak hanya kembali untuk pengalaman kuliner, tetapi juga merekomendasikan restoran kepada orang lain. Kualitas layanan dan persepsi pelanggan lain adalah dua elemen penting yang sangat berpengaruh dalam pembentukan citra merek di benak tamu restoran. Kedua faktor ini tidak hanya membentuk pengalaman langsung pelanggan, tetapi juga berkontribusi terhadap reputasi restoran secara keseluruhan (Ezgi Erkman, 2019).

Kepercayaan dan kesetiaan pelanggan terhadap merek sangat penting untuk kesuksesan jangka panjang restoran *fine dining*. Citra merek yang kuat

menarik pelanggan untuk kembali berulang kali dan menjadikan mereka pendukung aktif merek, memperluas reputasi restoran melalui rekomendasi positif. Dalam industri yang bergantung pada pengalaman dan reputasi, citra merek yang baik juga mempengaruhi persepsi harga. Pelanggan rela membayar lebih untuk pengalaman yang dianggap bernilai dan bereputasi baik, menunjukkan bahwa investasi dalam citra merek yang positif dapat menghasilkan keuntungan signifikan.

Oleh karena itu, pentingnya citra merek yang kuat dalam industri restoran *fine dining* tidak bisa dilebih-lebihkan. Citra merek yang baik meningkatkan pendapatan dan profitabilitas restoran secara keseluruhan. Restoran *fine dining* harus memprioritaskan pembangunan dan pemeliharaan citra merek yang konsisten.

2.4. Perilaku Konsumen

Kotler menjelaskan bahwa perilaku konsumen restoran *fine dining* pada pokoknya sama dengan perilaku konsumen pada umumnya (Kotler, 2008). Dalam hal ini, perilaku konsumen *fine dining* melewati tiga tahapan penting, yaitu tahap pra-pembelian, tahap pembelian, dan tahap pasca-pembelian. Dalam tahap pra-pembelian, konsumen berusaha untuk mengumpulkan informasi terkait restoran yang hendak dikunjunginya. Faktor seperti reputasi restoran, menu yang disediakan, ulasan konsumen lainnya, serta referensi dari teman atau media sosial menjadi pertimbangan utama pemilihan restoran. Setelah informasi yang terkumpul sudah cukup, konsumen akan melakukan proses pembuatan keputusan pada tahap pembelian, yang mana konsumen memilih restoran dan melakukan reservasi. Dalam tahap pembelian, konsumen mengunjungi restoran dan menikmati hidangan. Selanjutnya dalam tahap pasca-pembelian, konsumen akan mengevaluasi pengalaman yang mereka lalui secara komprehensif, termasuk kualitas makanan, *service*, dan atmosfer. Evaluasi yang ada ini seringkali dituangkan pada ulasan secara daring dan rekomendasi kepada orang lain yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen lain dalam mengunjungi restoran tersebut.