

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Menu**

Sebelum membahas tentang varian menu terlebih dahulu akan dibahas tentang menu. Menu berasal dari bahasa Prancis "*Le Menu*" yang berarti daftar makanan yang disajikan kepada tamu di ruang makan. Dalam lingkungan rumah tangga, menu diartikan sebagai susunan makanan/hidangan tertentu. Oleh orang Inggris menu disebut juga "*Bill of Fare*". Menu adalah pedoman bagi yang menyiapkan makanan/hidangan, bahkan merupakan penuntun bagi mereka yang menikmatinya karena akan tergambar tentang apa dan bagaimana makanan itu dibuat.

Perkataan menu didalam pemakaiannya mengalami perkembangan, terutama setelah revolusi Prancis, sehingga menu merupakan suatu mode yang harus dan pasti ada pada setiap jamuan makanan.

Menurut Arivan (2011) menu adalah suatu susunan beberapa macam hidangan yang disajikan pada waktu tertentu. Menu dapat terdiri dari satu macam hidangan yang lengkap atau tidak lengkap, juga dapat berupa hidangan untuk makan atau sarapan pagi, untuk makan siang atau makan malam saja ataupun hidangan makan untuk satu hari penuh dengan atau tanpa makan selingan (Handayani & Manafe, 2023).

Tugas dari sebuah pemasaran sebenarnya bukanlah mencari pelanggan yang tepat untuk suatu produk, melainkan menemukan produk yang tepat untuk pelanggan, menurut Kotler dan Keller dalam Bob Sabran Sehingga diharapkan dengan penyajian menu makanan dan minuman yang bervariasi akan dapat memenuhi keinginan para konsumen yang masing-masing memiliki perbedaan dalam hal selera dan kesukaan bentuk atau rasa.

Elvianarossa salah satu ciri makanan berkualitas adalah terbuat dari bahan-bahan yang masih segar. Untuk mendapatkan makanan seger tentu dilakukan perawatan yang baik (Purwanto, 2021).

## 2.2. Variasi Menu

Variasi atau keberagaman ialah sebuah rupa yang berbeda ataupun bermacam-macam tergantung pada hasil interpretasi seseorang. Kata Variasi sudah tidak asing dalam perekonomian karena variasi menu termasuk sebagai strategi yang banyak digunakan dalam dunia usaha. Sedangkan menurut Rosalin dan Soetanto menu adalah daftar item makanan yang ditawarkan pemilik usaha berdasarkan kebutuhan dan permintaan pelanggan usaha berdasarkan kebutuhan dan permintaan pelanggan dan dirancang untuk mencapai tujuan pemilik usaha. Menu juga dapat dijadikan basis pelanggan dalam membuat pilihan makanan, menu yang dibuat dengan baik dapat mengarahkan perhatian pelanggan pada barang yang dijual lebih banyak menurut Ozdemir dan Caliskan(Suni, n.d.).

Variasi menu merupakan varian makanan yang disediakan pemilik usaha kuliner, yang memudahkan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya dalam waktu yang bersamaan. Variasi menu juga dibedakan berdasarkan resep masakan, cara pengolahan, bahan makanan, sampai dengan jenis makanan dalam suatu hidangan.

Variasi menu biasanya digunakan seorang pemilik usaha untuk menarik pelanggan dengan memanfaatkan fleksibilitas menu dalam persaingan antar pengusaha lain. Strategi ini digunakan untuk mendapatkan kesetiaan(Harsana & Triwidayati, 2020).

Variasi menu yang disediakan disuatu tempat makan merupakan kunci dalam persaingan bisnis kuliner yang banyak diminati oleh pebisnis pada saat sekarang ini. Dengan begitu pebisnis harus dapat membuat keputusan yang tepat dalam memilih, membuat, dan menawarkan menu kepada konsumen, karena menu merupakan pedoman bagi yang menyiapkan hidangan dan merupakan penuntun bagi mereka yang menikmati hidangan tersebut apakah layak dikonsumsi atau tidak.

Yuwono & Yuwana membuktikan dalam penelitiannya menyebutkan bahwa ada efek yang signifikan antara variasi produk dengan kepuasan pelanggan(Yuwono & Yuwana, 2017). Dengan kata lain apabila semakin banyak dan baik variasi menu yang disajikan makan akan semakin tinggi juga kepuasan dari konsumen. Dengan variasi

menu yang semakin baik makan konsumen tidak akan merasa menyesal melakukan pembelian atau pemesanan terhadap produk tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Finthariasari menemukan bahwa kualitas produk, dan variasi produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Finthariasari et al., 2020). Berdasarkan penelitian ini dapat menjadi penguat bahwa kualitas menu dan variasi menu memiliki pengaruh secara Bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan.

### **2.3. Daya Tarik**

Daya tarik tamu mencakup beragam topik yang berkaitan dengan pengalaman tamu di berbagai konteks, seperti industri perhotelan, pariwisata, dan hiburan. Ini meliputi penelitian tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan tamu, perilaku konsumen, preferensi, dan harapan tamu. Penelitian ini sering kali mengeksplorasi konsep-konsep seperti kepuasan pelanggan, loyalitas merek, pengalaman pelanggan, dan dinamika interaksi antara tamu dan penyedia layanan.

### **2.4. Kepuasan**

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang di terima dan harapannya (Umar 2015). Seorang konsumen, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Menurut Kotler dan Kevin (2014) yang di kutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) jasa yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan target terukur terhadap peningkatan kepuasan pelanggan > 85% (Customer Satisfaction Index). Seorang pelanggan merasa puas jika kebutuhannya, secara nyata atau hanya anggapan, terpenuhi atau melebihi harapannya.

Kepuasan konsumen merupakan hal penting yang mempengaruhi loyalitas pelanggan sehingga penilaian terhadap kepuasan konsumen sangat penting bagi para penyedia makanan. Faktor-faktor atau indikator penilaian terhadap tingkat kepuasan

pada kualitas makanan adalah dengan melihat dari variasi menu, penampilan makanan, dan rasa makanan.

Keberhasilan dari penyelenggaraan makanan di Sangkar Restaurant dapat dilihat dari kepuasan tamu. Penilaian kepuasan tamu adalah salah satu cara pendekatan yang cukup efektif, murah, dan mudah dalam upaya menjaga mutu pelayanan di restoran. Kepuasan akan datang apabila pelayanan yang diperoleh benar-benar nyaman dan bermutu.

## **2.5. A la Carte**

Di restoran-restoran, istilah *A la Carte* mengacu pada praktik pemesanan hidangan tertentu dari suatu menu. Istilah ini dalam bahasa Perancis berarti “menurut menu”.

Ciri utama dari *A la Carte* adalah terdapat harga untuk setiap hidangan yang ingin dipesan dalam suatu menu. Praktik ini berbeda dengan “*Table D’Hote*” yang menawarkan menu lengkap dengan sejumlah hidangan yang telah ditentukan (misalnya menu yang terdiri dari makanan pembuka, utama, dan penutup).

Menurut Sudira (2000) *A la Carte* merupakan jenis menu yang terdiri dari daftar makanan yang telah dilengkapi dengan harga masing-masing, yang disediakan dan ditampilkan untuk menarik pelanggan serta memberikan nilai terhadap sejumlah uang terhadap makanan yang ditawarkan.

Dari pengertian diatas dapat diuraikan bahwa *A la Carte* adalah sebuah menu yang disetiap menu makanan itu terdapat harganya sendiri. Berbeda dengan *Table D’ hote* menu yang menawarkan 1 set menu dengan harga yang telah ditetapkan, dimulai dari Appetizer sampai dengan Dessert. *A la Carte* menu juga memiliki hidangan makanan yang dimulai dari appetizer hingga dessert. Namun, terdapat harga tersendiri pada setiap menu makanan tersebut.