

1.1 Latar Belakang

Dalam industri food and beverage (F&B), dua aspek yang sangat mempengaruhi pengalaman pelanggan adalah *reliability* (keandalan) dan *empathy* (empati). Keandalan dalam layanan F&B merujuk pada kemampuan restoran atau tempat makan untuk memberikan kualitas produk dan layanan yang konsisten sesuai dengan harapan pelanggan. Aspek ini melibatkan berbagai elemen seperti ketepatan penyajian makanan, kebersihan tempat, kecepatan layanan, serta kepatuhan terhadap standar yang telah ditetapkan. Pelanggan cenderung merasa lebih puas dan loyal ketika mereka tahu bahwa mereka dapat mengandalkan suatu restoran untuk memberikan pengalaman yang serupa setiap kali mereka berkunjung (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2018).

Keandalan dalam konteks layanan F&B merujuk pada kemampuan restoran atau tempat makan untuk menyediakan produk dan layanan yang konsisten, tepat waktu, dan sesuai dengan harapan pelanggan. Keandalan mencakup berbagai aspek, mulai dari kualitas makanan, kebersihan, kecepatan layanan, hingga ketepatan pesanan. Ketika pelanggan merasa dapat mengandalkan suatu restoran untuk memberikan pengalaman yang memuaskan setiap kali mereka berkunjung, ini menciptakan rasa kepercayaan dan kenyamanan yang sangat berharga.

Empati adalah kemampuan untuk memahami dan merasakan perasaan pelanggan, serta menunjukkan perhatian dan kepedulian terhadap kebutuhan mereka. Dalam layanan F&B, empati sangat penting untuk membangun hubungan yang baik antara staf dan pelanggan. Staf yang empatik mampu menangani keluhan atau permintaan pelanggan dengan cara yang lebih manusiawi dan penuh pengertian. Ketika pelanggan merasa bahwa kebutuhan dan keinginan mereka dipahami dan dihargai, mereka lebih cenderung merasa puas dan kembali lagi.

Kedua elemen ini, *reliability* dan *empathy*, memiliki peran yang tak terpisahkan dalam menciptakan kepuasan pelanggan yang tinggi. Keandalan memastikan bahwa layanan diberikan dengan standar yang konsisten, sementara empati memberikan sentuhan manusiawi yang membuat pengalaman pelanggan lebih berarti. Oleh karena itu, pengelolaan yang baik dari kedua elemen ini sangat penting untuk mempertahankan pelanggan dan menciptakan loyalitas dalam industri F&B yang sangat kompetitif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah yang diangkat dari masalah ini adalah:

1. Seberapa besar tingkat kepedulian pelanggan terhadap *Reliability* yang diberikan oleh seorang waiters ?
2. Apa indikator *Reliability* dan *Emphaty* dalam Food and Beverage Service ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penulis mengangkat judul Standar Operasional Prosedur Hotel Lingian di Divisi Kamar adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kehandalan terhadap pelanggan dalam Food and Beverage Service.
2. Untuk mengetahui apa saja indikator yang diperlukan dalam mencapai kualitas layanan yang maksimal.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian jika tercapai, hasil penelitian akan memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui peran dua faktor utama dalam kualitas layanan di industri makanan dan minuman, yaitu keandalan (*Reliability*) dan empati (*Empathy*). Fokus utama penelitian adalah untuk memahami bagaimana kedua variabel ini berkontribusi dalam pemenuhan harapan pelanggan.
2. Mengupas tuntas apa yang dimaksud dengan *Reliability* dan *emphaty*

1.5 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa batasan masalah yang perlu diperjelas untuk fokus dan ruang lingkup yang lebih terarah. Penelitian ini terbatas pada analisis pengaruh *Reliability* (keandalan) dan *Empathy* (empati) dalam konteks layanan food and beverage (F&B) pada restoran dengan kategori layanan cepat (*quick service restaurants*, QSR) dan restoran kelas menengah. Batasan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Aspek *Reliability*

- Penelitian ini akan memfokuskan pada keandalan dalam hal konsistensi kualitas makanan, ketepatan waktu dalam penyajian makanan, kebersihan tempat, dan kecepatan pelayanan. Penelitian tidak akan mengkaji aspek lain seperti kualitas produk atau sistem operasional di luar konteks layanan pelanggan langsung.

2. Aspek *Empathy*

- Penelitian ini akan meneliti empati yang ditunjukkan oleh staf layanan dalam berinteraksi dengan pelanggan, termasuk cara mereka menangani keluhan, kemampuan untuk memahami kebutuhan khusus pelanggan, serta sikap dan perhatian yang diberikan oleh staf selama pelayanan. Penelitian tidak akan membahas empati dalam konteks manajerial atau kebijakan organisasi.

3. Subjek penelitian

- Penelitian ini akan fokus pada persepsi pelanggan terhadap keandalan dan empati dalam layanan F&B. Tidak akan dibahas lebih lanjut faktor internal seperti pelatihan staf, budaya organisasi, atau strategi pemasaran yang mendasari kebijakan layanan.

Dengan batasan-batasan ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana elemen-elemen reliability dan empathy dalam layanan F&B dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas mereka di restoran dengan layanan cepat dan kelas menengah.