



BAB I

PENDAHULUAN

© Hak cipta a milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A Latar Belakang Masalah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Industri jasa makanan & minuman telah berkembang banyak, hal ini telah menyebar di semua lapisan kehidupan mulai dari Hotel, restoran, kantin industri, kantin rumah sakit, kereta api, saluran udara, semua kini menjadi bagian dari industri jasa food & beverage. Fungsi dasar dari industri ini adalah untuk melayani makanan & minuman untuk orang, untuk memenuhi berbagai jenis kebutuhan mereka. Tujuan utama dari bisnis Food & Beverage adalah untuk mencapai kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas memiliki kepercayaan terhadap suatu *brand* di mana pelanggan merasa enggan untuk mengkonsumsi produk dari *brand* lain. Perusahaan harus konsisten untuk terus membuat pelanggan puas. (Sumber: <https://vinathadaeng.wordpress.com/program/perhotelan/food-and-beverage/>)

Salah satu produk karya anak bangsa yang berhasil membangun hubungan yang baik dengan pelanggannya adalah gerai J.CO Donuts & Coffee, gerai ini menawarkan produk seperti donat dan kopi yang diminati oleh khalayak umum dan dari berbagai kalangan J.CO dimiliki oleh Johnny Andrean, seorang pemilik jaringan BreadTalk di Indonesia. Sebagai pemain baru di pasar food and beverages – spesifik pada donat dan kopi, J.CO Donuts & Coffee memiliki beberapa pesaing: I-Crave dan Krispy Kreme. I-Crave yang dikelola Melawai Group mengedepankan variasi rasa yang jauh lebih banyak dari J-Co. Variasi filling I-Crave kurang lebih 20 jenis lebih banyak dari J.CO Donuts & Coffee. I-Crave tidak terlalu menjual *ambience* seperti

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



yang ditawarkan J.CO Donuts & Coffee, akan tetapi mengedepankan variasi rasa serta harga yang relatif murah. Krispy Kreme sebagai pesaing J.CO Donuts & Coffee merupakan salah satu retail donat tertua di Amerika yang memiliki *track record* yang jauh lebih lama dibanding J.CO Donuts & Coffee. (Sumber: <https://jhonzhutaaruk.wordpress.com/>)

Dengan begitu banyaknya pesaing, J.CO Donuts & Coffee dituntut untuk terus menjaga kepuasan pelanggannya supaya tidak beralih ke produk lain. Salah satu strategi J.CO Donuts & Coffee untuk menjaga kepuasan pelanggannya adalah dengan menciptakan sebuah pengalaman menikmati donat yang baru. Ciri khas utama J.CO Donuts & Coffee dibanding pesaing utamanya adalah suasana dari restoran donat itu sendiri. Dapat dilihat dari gerai – gerai J.CO Donuts & Coffee yang ada, mereka merancang restoran dimana penikmatnya dapat duduk dengan santai atau berbincang – bincang dengan rekannya sambil menikmati donat, yogurt beku, atau kopi yang dipesan. J.CO Donuts & Coffee biasanya berada di mal – mal besar yang juga merupakan pusat pertemuan paling sering dipilih orang – orang di Indonesia (Sumber: <http://hafri-kiko.blogspot.com/2012/11/analisis-alur-bisnis-dan-website.html>) 2012

Dibalik semua kelebihan yang di berikan J.CO Donuts & Coffee, terdapat juga beberapa kelemahan yang terdapat di dalam gerai J.CO Donuts & Coffee. Beberapa kelemahan itu adalah: (1) Fasilitas tempat duduk yang kurang memadai saat konsumen sedang antri. (2) Terkadang waktu pembelian J.CO Donuts, donat nya keras dan sudah tidak *fresh*. (3) Harga produk J.CO Donuts & Coffee yang relative mahal dikarenakan bahan-bahan dan kualitas produk nya. (4) Produk tidak bisa disimpan terlalu lama. (5) Proses pembuatan yang lebih dari 50% menggunakan mesin sehingga sumber daya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



manusia yang terserap sebagai tenaga kerjanya sedikit. (Sumber: <http://ismanovianty.blogspot.com/2015/12/jco-donuts-coffe.html>)

J.CO Donuts & Coffee mempunyai website khusus yaitu www.jcodonuts.com yang menyediakan beragam menu-menu didalamnya dengan konten yang lengkap untuk menjawab rasa penasaran para penyuka J.co serta design web yang sangat menarik. J.co juga mempunya akun twitter untuk media promosi yang sangat inovatif dan praktis @JcoIndonesia di akun ini menyediakan jasa delivery untuk j.cool yogurt dan delivery donuts juga tentunya, (Sumber: <http://aulia-velayati.blogspot.com/2015/04/manajemen-strategi-jco-donuts-coffee.html>)

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian berjudul: **“Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Brand Relationship J.CO Donuts & Coffee di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara.”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Kepuasan Pelanggan J.CO Donuts and Coffee?
2. Bagaimana *Brand Relationship* terhadap J.CO Donuts and Coffee?
3. Apakah terdapat pengaruh antara Kepuasan Pelanggan terhadap *Brand Relationship* pada J.CO Donuts and Coffee?
4. Bagaimana Loyalitas pelanggan J.CO Donuts and Coffee?

C. Batasan Masalah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka penulis membatasi ruang

C lingkup permasalahan yang akan dibahas menjadi :

1. Bagaimana Kepuasan Pelanggan J.CO Donuts and Coffee?
2. Bagaimana *Brand Relationship* terhadap J.CO Donuts and Coffee?
3. Apakah terdapat pengaruh antara Kepuasan Pelanggan Terhadap *Brand Relationship* pada J.CO Donuts and Coffee?

D. Batasan Penelitian

Agar penelitian lebih terfokus, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian ini sebagai berikut :

1. Obyek penelitan adalah Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap *brand relationship* J.CO Donuts and coffe di Mall Kelapa Gading
2. Responden yang diteliti adalah pelanggan yang sedang berbelanja di café J.CO Donuts and coffe
3. Ruang lingkup penelitian adalah wilayah Sunter dan Kelapa Gading.
4. Responden 100 orang

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar Belakang, indentifikasi masalah, serta batasan masalah yang ada, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut: “Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap *Brand Relationship* J.CO Donuts and coffe di Mall Kelapa Gading”

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



F. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui Kepuasan Pelanggan dari J.CO Donuts and Coffee di Mall Kelapa Gading
2. Mengetahui *Brand Relationship* dari J.CO Donuts and Coffee di Mall Kelapa Gading
3. Mengetahui pengaruh Kepuasan Pelanggan J.CO Donuts and Coffee terhadap *Brand Relationship* di Mall Kelapa Gading.

G. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian tersebut diharapkan akan diperoleh manfaat :

1. Bagi ilmu pengetahuan Menambah dan mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya Manajemen Pemasaran terutama bagi akademisi yang ingin menganalisis pengaruh kepuasan konsumen dan *brand relationship*.
2. Bagi perusahaan Sebagai bahan informasi tambahan untuk penyempurnaan dalam perbaikan atau peningkatan kepuasan konsumen, serta peningkatan hubungan dengan konsumen agar konsumen mengkonsumsi produknya berulang-ulang