



BAB I PENDAHULUAN

© Hak cipta milik IBI BKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) **A. Latar Belakang Masalah**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dalam perkembangan di era globalisasi dan kemajuan di bidang sosial ekonomi yang meningkat saat ini mengakibatkan persaingan diberbagai industri bisnis. Era berdampak pada perubahan pola konsumsi masyarakat ke arah yang lebih beragam. Hal ini seiring dengan perubahan jaman ke arah modern yang menyebabkan perubahan pola hidup masyarakat untuk mencoba hal-hal yang baru, termasuk pola konsumsi makan dan minum, dimana orang sudah semakin tinggi tingkat pendapatan dan pendidikannya selalu mencari sesuatu yang dapat memberikannya kenyamanan lebih dari apa yang telah didapatkan.

Salah satu dampak dari perubahan pola konsumsi ini adalah munculnya bisnis industri makanan jepang di Indonesia yang semakin berkembang pesat. Pada perkembangannya produk makanan yang berasal dari Jepang ini terus berkembang dan menyebar di beberapa Negara. Di Indonesia, khususnya kota Jakarta, banyak bermunculan restoran Jepang.

Saat ini bisnis kuliner Jepang di Indonesia berkembang, mulai dari sushi hingga makanan penutup. Dan sushi adalah merupakan makanan jepang yang semakin berkembang, makanan khas jepang sushi mungkin tidak asing lagi bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Bisnis kuliner sushi kini mulai banyak dikembangkan mengikuti selera konsumen. Seperti biasanya ikan yang digunakan adalah ikan salmon mentah, tetapi dengan mengikuti keebutuhan konsumen ada yang megkreasikan sushi dengan menggunakan bahan yang sudah di olah sehingga menjadi matang atau protein lainnya. (www.news.liputan6.com)

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.



Dapat di lihat fenomena makanan Jepang cukup diminati oleh masyarakat Indonesia. Restoran Jepang di Jakarta kini semakin bertambah. Dengan meningkatnya investor dari luar dalam bidang makanan sehingga membuat restoran Jepang meningkat setiap tahunnya dimana 2015 jumlahnya sebanyak 553 dan tahun 2016 meningkat menjadi 619 restoran diseluruh jakarta. Jumlah ini dapat diperkirakan akan terus bertambah, didukung oleh pola konsumsi masyarakat meningkat dan diperkirakan kondisi perekonomian yang akan terus membaik pada tahun mendatang. Koiner Jepang banyak di cari oleh masyarakat. Makanan khas Jepang yang digemari antara lain sushi dan nasi kari. Konsumen bisa menikmati nasi yang dibalut dengan berbagai macam *seafood* yang lezat ini di banyak tempat di Jakarta. Makanan khas Jepang bisa tumbuh dan berkembang pesat karena memiliki bahan dasar makanan hampir sama dengan bahan di Indonesia, seperti nasi sebagai sumber karbohidrat. Sushi adalah salah satu makanan Jepang yang menggunakan nasi sebagai bahan utama. (www.tripadvisor.co.id)

Sehingga hal ini membuat pemain dalam industri makanan Jepang di Indonesia mulai kreatif dengan memasuki *brand-brand franchise* yang diprediksikan dapat membuat market baru. Bagi produsen, hal ini merupakan suatu bentuk ancaman karena semakin banyak produk barang dan jasa yang ditawarkan maka semakin ketat persaingan yang terjadi dalam usaha bisnis. Untuk mengatasi hal tersebut maka perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang efektif dalam memasarkan produknya sehingga dapat bertahan dalam persaingan bisnis.

Melihat fenomena yang terjadi, perusahaan dituntut untuk dapat mengikuti perubahan keinginan konsumen secara terus menerus. Untuk memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan konsumen, maka penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumennya.

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.



Kualitas produk sangat penting karena sebagai penentu kepuasan konsumen setelah membeli suatu produk. Semakin tinggi standar yang ditetapkan maka produk tersebut akan dinilai semakin berkualitas. Kualitas pelayanan dapat digunakan untuk mengembangkan kepuasan konsumen. Citra merek juga menjadi salah satu kunci utama keberhasilan perusahaan. Dengan adanya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen maka perusahaan dapat memenuhi harapan konsumen. Tingkat kepuasan terhadap suatu barang atau jasa akan mencerminkan tingkat keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produknya, dengan adanya kepuasan bagi konsumen menyebabkan konsumen cenderung memberikan referensi ke orang lain, yang terus menerus akan menggambarkan citra merek yang baik terhadap produk tersebut. Suatu produk atau jasa dinilai gagal apabila tidak dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen. Dengan kualitas produk dan citra merek yang baik akan menciptakan kepuasan bagi konsumen.

Genki sushi pertama kali buka di Jepang di daerah Kanto, dan Genki sushi merupakan restoran *franchise* yang di kelola oleh PT.Mitra Adi Perkasa, yang pertama kali buka di mall Plaza Senayan pada tahun 2014. Genki Sushi menyediakan makanan Jepang berupa sushi dan beberapa menu tambahan yang bervariasi dari menu makanan utama hingga makanan ringan, dengan pelayanan yang menggunakan teknologi tinggi yaitu dengan menyediakan tablet *portable* untuk memesan makanan lalu hidangan yang disajikan di atas lintasan tingkat dua yaitu *kousuku line*. Genki sushi merupakan restoran pertama yang memberi pelayanan dengan teknologi ini, di dalamnya nampun pada saat mengantar makanan berupa miniatur kereta Sinkansen di Jepang dan berbentuk seperti mobil F1. Nampun itu yang mengantar hidangan pas di samping meja pengunjung. Oleh karena cara pelayanan yang di berikan Genki Sushi berbeda dengan restoran Jepang pada umumnya, membuat Genki Suhsi ramai

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



dikunjungi oleh pengunjung dan di perbincangkan pengunjung di semua kalangan, bahkan beberapa pengunjung rela menunggu hingga satu jam di pintu masuk agar mendapat giliran menikmati sajian ala jepang dengan pelayanan yang berbeda tersebut, namun perjuangan para pengunjung terbayar lunas dengan kualitas pelayanan yang di berikan oleh Restoran Genki Sushi karena mereka tidak perlu menunggu pelayan untuk memberikan menu karena pengunjung dapat secara langsung memesan makanan pada tablet yang di sediakan dan makanan yang di berikan cukup cepat karena makanan langsung di antar dengan menggunakan lintasan otomatis yang sudah di rancang sehingga makanan yang di pesan akan berhenti sesuai dengan nomer meja pemesan. Komunitas blogger makanan pun tidak ketinggalan untuk mencoba dan mengunjungi Restoran Genki Sushi dan membagi pengalaman menariknya seputar restoran ala Jepang tersebut.

Persaingan yang semakin ketat dan semakin berkembangnya ekspektasi konsumen, mendorong Genki Sushi lebih fokus pada upaya mempertahankan konsumen yang ada dan menjaring calon-calon konsumen. Berkembangnya makanan jepang di Indonesia, muncul lah pesaing-pesaing yang menawarkan pelayanan dengan berbagai konsep lainnya. makanan jepang seperti Sushi masa. Sushi Masa menawarkan konsep dengan makan di bar dan makanan yang kita pesan langsung di sajikan oleh juru masak langsung di depan pengunjung dan pengunjung dapat melihat langsung cara pembuatan sushi. Keunikan dari pelayanan yang di berikan Sushi Masa tersebut dan rasa makanan yang sama membuat Sushi Masa menjadi pesaing terberat Genki Sushi.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:172) Kualitas pelayanan memegang peranan penting dalam menciptakan kepuasan konsumen. Oleh karena itu perusahaan yang menjual produk maupun jasa harus memberikan pelayanan yang berkualitas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi IBI BIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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.



Selain untuk menarik minat konsumen, pelayanan yang berkualitas juga dapat memberikan kepuasan konsumen sehingga konsumen akan melakukan pembelian ulang.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012 : 37) Kepuasan konsumen sebagai suatu tujuan utama perusahaan dalam menjual barang dan jasa. Perusahaan berharap apabila kinerja suatu produk sesuai harapan konsumen, maka konsumen akan puas. Apabila kinerja suatu produk diatas harapan konsumen, maka konsumen akan menjadi sangat puas. Sebaliknya, apabila kinerja suatu produk dibawah harapan konsumen, maka konsumen akan menjadi kecewa. Apabila konsumen merasa puas maka, dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama.

Disamping itu, citra merek juga memiliki peran penting bagi sebuah bisnis. Jika bisnis yang dijalankan sudah memiliki citra merek yang baik, maka otomatis merek tersebut akan semakin diingat oleh konsumen. Semakin baik suatu citra merek maka perusahaan tersebut semakin terkenal dan kesempatan untuk membuka gerai baru akan semakin mudah. Menurut Kotler dan Keller (2012), citra adalah sejumlah keyakinan, ide, dan kesan yang dipegang oleh seseorang tentang sebuah objek. Sedangkan citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang dicerminkan asosiasi yang tertanam dalam ingatan konsumen. Semakin kuat citra merek pada suatu produk maka semakin mudah diingat dibenak konsumen.

Dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan dan citra merek sangat berperan dalam menciptakan kepuasan konsumen. Karena kualitas pelayanan dan citra merek menjadi faktor penentu untuk mempertahankan kepuasan konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Militer IBI BIKG (Kustodian Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang terjadi maka penulis memutuskan untuk menganalisis lebih lanjut dalam skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas layanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Genki sushi di Mall Kelapa Gading”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis mengidentifikasi adanya masalah-masalah, sebagai berikut :

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen Genki Sushi?
2. Bagaimana kualitas layanan Restoran Genki sushi?
3. Bagaimana citra merek Restoran Genki Sushi?
4. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen Restoran Genki Sushi?
5. Apakah kualitas layanan mempengaruhi kepuasan konsumen pada Restoran Genki Sushi ?
6. Apakah Citra merek mempengaruhi kepuasan konsumen pada restoran Genki Sushi?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas layanan Restoran Genki Sushi?
2. Bagaimana citra merek Restoran Genki Sushi?
3. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen Restoran Genki Sushi?
4. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Genki Sushi?
5. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen Genki Sushi?

Hak Cipta, Dilindungi Undang-Undang

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.



D. Batasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis memiliki batasan-batasan, antara lain :

1. Penelitian dilakukan pada Restoran Genki Sushi yang berada di Mall Kelapa Gading.
2. Konsumen yang diteliti adalah konsumen yang pernah membeli produk dan menggunakan jasa Genki Sushi di Mall Kelapa Gading.
3. Lokasi penelitian dibatasi hanya di Mall Kelapa Gading.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah diatas, maka perumusan masalah yang diambil adalah : “Adakah pengaruh kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pada restoran Genki Sushi di Mall Kelapa Gading.

F. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kualitas layanan Genki Sushi.
2. Untuk mengetahui citra merek Genki Sushi.
3. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen Genki Sushi.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Genki Sushi.
5. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen Genki Sushi.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



G. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat secara teoritis bagi pengembangan wawasan dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.