



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini persaingan di pasar domestik maupun internasional bisa disebut sangat kompetitif. Hal ini dapat terjadi karena banyak pesaing bisnis yang bergerak dibidang produk atau jasa yang serupa. Di samping itu, globalisasi adalah sebuah kenyataan yang memiliki konsekuensi nyata terhadap bagaimana orang di seluruh dunia percaya bahwa negara-negara dan kebudayaan lokal akan hilang diterpa kebudayaan dan ekonomi global yang homogen. Perubahan pasar yang sangat cepat dan persaingan yang kompleks menuntut inovasi yang terus-menerus.

Seiring dengan itu perkembangan teknologi informasi yang semakin berkembang dan semakin bertambah pula kompetisi diantara perusahaan-perusahaan. Hal ini membuat perusahaan berusaha untuk terus meningkatkan kemampuannya untuk dapat bertahan didalam persaingan yang semakin kompetitif (Pitoy, 2016). Saat ini perkembangan dalam dunia berbisnis mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dan juga ketat, baik dalam dunis bisnis jasa ataupun bisnis non jasa. Dengan adanya persaingan, perusahaan dituntut untuk dapat memuaskan pelanggannya dengan menciptakan produk atau jasa yang berkualitas sesuai dengan keinginan konsumen (Lubis & Andayani, 2017).

Sekarang ini perhatian terhadap kepuasan konsumen maupun ketidakpuasan konsumen semakin besar. Kepuasan konsumen merupakan konsep penting dalam konsep pemasaran (Wo0wor, dkk, 2015). Menurut Kotler dalam Panjaitan, J. E., & Yulianti, A. L. 2016, mengatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu cara kerja perusahaan yang berusaha melakukan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap



proses, produk dan *service* yang dihasilkan perusahaan. Jika kepuasan pelanggan tercapai maka para pelanggan tersebut akan memberikan pengaruh yang sangat besar untuk perusahaan, hal ini diterapkan oleh Raa Cha yang dimana selalu berusaha memberikan pelayanan yang baik.

Bisnis makanan (kuliner) merupakan salah satu bisnis yang berkembang pesat pada saat ini dan memiliki potensi berkembang yang cukup besar. Banyaknya para pelaku yang membuka bisnis kuliner yang meraup keuntungan tapi ada juga pelaku usaha kuliner yang gulung tikar atau bisa di sebut bangkrut, karena strategi pemasaran yang digunakan kurang tepat ataupun kualitas pelayanan yang kurang optimal. Artinya keberhasilan sebuah bisnis dalam mencapai keberhasilan sebuah bisnis kuliner persaingan di tentukan oleh penerapan strategi pemasaran yang tepat serta hubungan komunikasi yang baik dengan konsumen.

Adanya persaingan baru dalam dunia kuliner dengan mencoba sistem yang baru yaitu dengan cara makan sepuasnya yang biasa di kenal dengan makanan *all you can eat*, sistem ini juga banyak di gemari oleh konsumen oleh karena itu Raa Cha harus bisa tidak kalah saing dengan restoran yang menyediakan sistem makan sepuasnya. Raa Cha meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan, serta dalam pemasaran.

Dalam fungsi pemasaran, pelayanan yang berkualitas memegang peranan yang sangat penting. Kepuasan terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen dapat tercapai dengan adanya kegiatan pemasaran. Untuk itu kemampuan merumuskan dan menyusun program-program pemasaran yang tepat merupakan salah satu masalah utama dalam menciptakan proses pertukaran antara produsen dan konsumen. Salah satu cara untuk menuju keberhasilan kegiatan pemasaran adalah dengan memahami perilaku konsumen dan meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen merasa puas setelah bertransaksi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hubungan baik akan tercapai bila suatu bisnis kuliner mampu memberikan kepuasan terhadap kebutuhan, keinginan, dan selera konsumen. Selain itu kepuasan pelanggan juga merupakan sumber informasi yang efektif bagi manajemen dalam melakukan perbaikan terhadap layanan. Salah satu cara yang dilakukan oleh suatu bisnis kuliner untuk memberikan kepuasan pelanggannya adalah dengan memberikan produk yang berkualitas serta kualitas pelayanan dengan baik.

Sejarah pertama kali mengenali kata Suki atau disebut Sukiyaki. Sukiyaki pada mulanya adalah daging sapi yang dipanggang dalam Bahasa Jepang yaitu yaki dan di atas cangkul besi tebal yaitu suki. Sedangkan bagi Indonesia, Suki atau sukiyaki adalah hidangan yang terdiri dari kuah dalam panci besar yang dipanaskan di atas kompor yang disediakan di atas meja makan. Beberapa negara Asia memiliki versi suki masing-masing, seperti orang Jepang yang lebih mengenal dengan sebutan “shabu-shabu”. Di Tiongkok disebut “hot pot” atau “steam boat”. Sementara nama “Suki” lebih identik untuk versi Thailand. Meski berbeda nama namun tidak ada perbedaan yang mendasar dalam segi penyajian. Ketiganya menggunakan kuah kaldu ayam untuk merebus berbagai isi. Misalnya daging sapi yang diiris tipis, daging ayam, seafood, serta perlengkapannya seperti sayuran hijau (pakcoy), sawi putih, jamur aneka jenis (kucing, enoki, shitake), tahu putih, kulit tahu, baso, pangsit, hingga shirataki. Dan karena di Thailand memiliki kuah bercita rasa asam pedas yang dikenal dengan nama Tom Yam, maka biasanya hidangan suki ditambahkan variasi kuah Tom Yam untuk bersanding dengan kuah kaldu ayam. Selain kuah hangat dan isian yang menggoda selera, suki juga disajikan dengan beragam saus yang menambah selera makan. Ada saus wijen, saus tomat, saus sambal, kecap soya, bawang putih cincang, bawang putih goreng, irisan cabairawit, dan lain sebagainya (Kenny, 2019).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI IKKG (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Kemudian Penulis membahas arti kata barbaque atau di singkat BBQ. *Barbeque*, *roasting*, dan *grilling* sering kali di sebut untuk mengolah daging. Ketiga nya sangat berbeda, namun seringkali disamakan. Selain itu, Barbeque juga mempunyai sejarah yang perlu kita ketahui. Yang pertama berdasarkan cerita Koboï pada tahun 1800-an majikan majikan para koboï tidak ingin memberi makanan yang enak pada para koboï. Majikan tersebut malah hanya memberikan bagian punggung saja pada para koboï. Para koboï tak pernah kehilangan akal. Mereka menemukan cara untuk menikmatinya, yaitu dengan memanggang dalam waktu lama dengan api kecil. Hasilnya, daging punggung atau brisket tersebut pun lezat dan teknik tersebut pun populer dengan sebutan barbeque (Simanjuntak, 2015).

Asal usul kata barbeque, yang dulu nya 'Barbecue' sering di asosiasikan sebagai cara untuk memanggang makanan. Namun sebenarnya 'barbecue' berasal dari kata Caribia yang berarti struktur kayu yang di gunakan oleh suku taino Indian untuk mengasapi makanan dan membakar makanan. Namun, seiring berjalannya waktu kata 'barbecue' berubah makna menjadi metode memasak makanan atau bahkan makanan yang di masak dengan cara di panggang (Lampu Edison, 2018).

Salah satu restoran barbeque yang masih bertahan dalam menerapkan sistem *you pick you paid* (yang kamu ambil itu yang kamu bayar) demi bersaing dengan restoran barbeque lainnya yaitu restoran Raa Cha Suki & Barbeque. Restoran yang bertemakan konsep thai resto, menyajikan menu rebusan dan bakaran yang fresh, enak, dan sehat. Raa Cha.

Raa Cha juga menawarkan cara bersantap baru, dilengkapi alat masak yang personal dan unik, tentunya mampu menciptakan pengalaman makan yang menyenangkan. Terdapat lebih dari 100 variasi menu mulai dari sayuran, suki, dan daging *barbeque* yang nikmat, dengan 5 pilihan saus special dan 3 pilihan kuah suki.



Mengedepankan dengan kualitas makanan yang *fresh, organic, dan healthy*, Raa Cha Suki & bbq dengan konsisten selalu memberikan kualitas produk terbaik dan tentu nya Halal.

Konsep Thai Suki dan BBQ, Raa Cha mengundang pelanggan ke pengalaman baru dan berbeda di mana mereka dapat memilih, menyiapkan, dan memasak bahan-bahan segar, sehat, dan lezat sendiri dengan menggunakan alat suki dan BBQ yang disediakan. Thailand untuk 'Raja', Raa Cha menyediakan lebih dari 100 jenis bahan makanan (sayuran dan daging) kepada pelanggan untuk dipilih sesuai dengan anggaran mereka, 5 pilihan saus yang dapat dicampur sesuai dengan preferensi dan 2 jenis sup yang berbeda yaitu tom yum dan kaldu ayam yang dapat diisi ulang.

Banyaknya restoran buffet di Indonesia membuat pelanggan semakin selektif dalam memilih restoran buffet dikarenakan oleh perkenomian masing-masing keluarga dan rasa yang belum tentu baik. Maka dari itu Raa Cha memiliki keunggulan karena memiliki harga yang merakyat dan memiliki hidangan dan rasa yang baik. Pelanggan memiliki kebebasan untuk menyesuaikan hidangan di Raa Cha berarti pelanggan dapat memilih bahan makanan sesuai dengan anggaran mereka sendiri. Pelanggan dapat memilih set sayuran sederhana agar sesuai dengan anggaran yang lebih rendah, atau memesan lebih banyak daging dan makanan penutup agar sesuai dengan anggaran yang lebih tinggi (Champ-Creatives, 2019).

Dalam penelitian ini peneliti mengambil data Suki & Bbq Kota Kelapa Gading yang biasa di kunjungi konsumen. Di bawah ini merupakan data beberapa Suki & Bbq banyak digemari konsumen di Kelapa Gading:

Tabel 1.1

Data Beberapa Restoran Suki & Bbq di Kelapa Gading

No	Restoran	Pertama muncul di indonesia dan jumlah outlet	Perbandingan
----	----------	---	--------------

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.



Tabel 1.1

Data Beberapa Restoran Suki & Bbq di Kelapa Gading (Lanjutan)

1.	Nahm Thai Suki Bbq	Tahun 2018 dan memiliki outlet sebanyak 7 outlet	Memiliki cita rasa kuah Thai yang berbeda, dan memakai sistem apa yang di ambil itu yang di bayar.
2.	Raa Cha Suki	Tahun 2006 dan memiliki 33 outlet.	Memiliki bahan yang fresh, rasa kuah yang segar asli Thai. Memakai sistem <i>self service</i> (menggambil dan memasak sendiri).

Sumber: nahmthaisukibbq.com (2021), raacharesto.com (2021).

Berdasarkan data tabel 1.1 dapat di ketahui bahwa Raa Cha Suki & Bbq memiliki keunggulan yaitu mempunyai 33 outlet dan Nahm Thai hanya memiliki 7 outlet, karena semakin banyak outlet berarti banyak yang menggemari Raa Cha Suki & Bbq. Selain memiliki keunggulan lebih banyak outlet ada juga perbedaan dari rasa bumbu yang di berikan masing-masing restoran tersebut, yaitu Selain itu perbedaan antar produk dan layanan di berikan masing-masing restoran berbeda, Peneliti akan meneliti lebih lanjut untuk Raa Cha Suki & Bbq tentang nya kualitas produk, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

Dalam rata-rata komentar para konsumen yang telah mengkonsumsi Raa Cha Suki & Bbq mau untuk kembali lagi dan makan lagi ke Raa Cha Suki & Bbq dengan mengatakan bahan serta kuah yang fresh dan serta pelayanan yang di berikan ada yang mengatakan bagus dan juga ada yang mengatakan kurang sigap nya pelayanan di berikan dalam artian dalam meningkatkan kualitas layanan di perlukan pelayanan yang memuaskan agar pelanggan terasa puas dari situ akan dapat nilai kepuasan pelanggan yang tinggi. Maka dari itu peneliti ingin meneliti tentang nya kualitas produk dan kualitas layanan terhadap konsumen (Zomato, 2021).

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 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.



Raa Cha sudah memiliki lebih dari 33 Outlet yang tersebar di seluruh Indonesia. Pertama kali Raa Cha buka di Bandung tepatnya di Cihampelas Walk (Ciwalk) pada Oktober 2006. Thai Suki yang biasanya disebut Raa Cha sebenarnya lebih mirip shabu-shabu dan hot pot Cina. Namun cara makanannya lebih mirip dengan suki dari Jepang. Pengunjung mencelupkan daging, makanan laut, mie, pangsit dan sayuran ke dalam kaldu dan saus di atas meja.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas layanan, kualitas produk, dan kualitas harga, untuk penelitian ini, peneliti menggunakan kualitas produk dan kualitas layanan. Jaminan kualitas menjadi prioritas bagi restoran. Sehingga kualitas yang baik akan mempengaruhi kelangsungan restoran kedepannya.

Menurut Kotler (2000: 50), “salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya”. Kenyataan ini bisa dilihat bahwa, ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai image (citra), dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga dan biaya pikiran. Pemasaran jasa yang bergerak di bidang retail memang sangat bertumpu pada jasa pelayanan terutama peran dari para staf dan karyawan. Pelayanan buruk staf dan karyawan akan langsung merusak bisnis jasa ini, kondisi seperti ini akan dapat menyebabkan konsumen enggan berhubungan kembali di masa mendatang, bahkan tidak menutup kemungkinan konsumen akan pindah ke toko lain yang memberikan pelayanan yang lebih baik. Oleh sebab itu, usaha untuk menjaga kepuasan konsumen sangat perlu dilakukan.

Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan (dalam hal ini Raa Cha Suki & Barberque di Kelapa Gading). Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan

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.



perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Perusahaan yang gagal memuaskan pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks. Umumnya pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan memuaskan pelanggan. Oleh karena itu, setiap perusahaan jasa wajib merencanakan, mengorganisasikan, mengimplementasikan, dan mengendalikan sistem kualitas sedemikian rupa, sehingga pelayanan dapat memuaskan para pelanggannya. Penilaian akan kualitas layanan dikembangkan oleh Barry, A. Parasuraman dan Zeithaml yang dikenal dengan *service quality*, yang berdasarkan pada lima dimensi kualitas yaitu *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati), (Kotler, 2000:53).

Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap sebuah restoran adalah kualitas produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2004) menyatakan bahwa kualitas produk berhubungan erat dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk keseluruhan produk, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, dan atribut bernilai lainnya. Jadi kualitas produk merupakan sekumpulan ciri dan karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan, merupakan suatu pengertian gabungan dari keandalan, ketepatan, kemudahan, pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk.

Apabila konsumen merasa puas terhadap suatu produk yang di beli, akan menimbulkan kesetiaan pembeli sehingga membuat pembeli melakukan pembelian



ulang di masa yang akan datang. Salah satu cara untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan yang baik dan kualitas produk yang baik, dan diharapkan dapat membuat pelanggan untuk kembali melakukan transaksi.

Konsumen yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, kemungkinan akan menjadi pelanggan setia, bahkan dapat dijadikan media promosi gratis. Demikian pula sebaliknya pelanggan yang tidak puas bisa dengan mudah pindah ke perusahaan lain atau menggunakan jasa lain.

Menurut Tjiptono (2001: 24) pada dasarnya tujuan dari bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Kepuasan merupakan suatu tingkatan perasaan pelanggan yang diperoleh pelanggan setelah menikmati sesuatu sehingga dengan terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya dapat terciptanya hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dan kualitas produk (*product quality*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Kepuasan pelanggan dalam bidang bisnis kuliner merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuh kembangkan bisnis agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan. seperti dijelaskan dalam defenisi tersebut kepuasan merupakan fungsi dan dari kesan kinerja dan harapan atau apabila dijabarkan kepuasan pelanggan merupakan perbedaan antara apa yang diharapkan konsumen (nilai harapan) dengan realisasi yang diberikan perusahaan. Dalam usaha memenuhi harapan pelanggan (nilai persepsi) apabila nilai harapan sama dengan kenyataan konsumen merasa puas, jika harapan lebih rendah dari kenyataan konsumen sangat puas, dan jika harapan tidak sama dengan kenyataan konsumen tidak puas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik 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 BIKGG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin BIKGG.

Kualitas pelayanan dan kualitas produk yang baik merupakan satu hal yang sangat penting untuk meraih pasar. Karena hal tersebut akan bermuara pada kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan sendiri dapat didefinisikan sebagai tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dengan harapannya (Tjiptono, 2001: 147). Kualitas pelayanan dapat dilihat dari kemampuan untuk memberikan produk/jasa dan memuaskan konsumen, kemauan untuk memberikan pelayanan dengan cepat, keterampilan para karyawan, kemampuan komunikasi yang baik dari pelayan, keinginan memahami kebutuhan pelanggan, fasilitas fisik dan penyediaan perlengkapan dan sarana lainnya. Jika beberapa aspek di atas dapat dipenuhi maka pelanggan yang datang ke restoran akan semakin puas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi IBI IKKG (Asosiasi 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.



B. Identifikasi Masalah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat di kemukakan identifikasi masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana Kualitas Produk dari Raa Cha Suki & Bbq di Mall Kelapa Gading?
2. Bagaimana Kualitas Layanan dari Raa Cha Suki & Bbq di Mall Kelapa Gading?
3. Bagaimana Kepuasan Pelanggan Raa Cha Suki & Bbq di Mall Kelapa Gading?
4. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Raa Cha Suki & Bbq di Mall Kelapa Gading?
5. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Raa Cha Suki & Bbq di Mall Kelapa Gading?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, maka penulis membatasi ruang lingkup permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Raa Cha Suki & Bbq di Mall Kelapa Gading?
2. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Raa Cha Suki & Bbq di Mall Kelapa Gading?

D. Batasan Penelitian

Berdasarkan batasan masalah diatas serta dengan mempertimbangkan berbagai keterbatasan lainnya maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian ini sebagai berikut:

1. Objek penelitian adalah Raa Cha Suki & Bbq Mall Kelapa Gading

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.



2. Subjek penelitian adalah masyarakat yang pernah mengonsumsi Raa Cha Suki & Bbq di Mall Kelapa Gading
3. Periode penelitian mulai dilakukan dari bulan Juni sampai September 2020

E. Rumusan masalah

Bedasarkan batasan masalah dan batasan penelitian yang telah penulis jabarkan di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut: **“Apakah ada pengaruh antara kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan raa cha suki & bbq di Mall Kelapa Gading?”**

F. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap produk Raa Cha suki
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap produk Raa Cha suki

G. Manfaat Penelitian

Penulis mengharapkan dengan dilakukannya penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Penulis

Penulis mendapatkan kesempatan untuk membuat penelitian ini dengan kemampuan yang telah diperoleh pada masa perkuliahan dan mempunyai pengetahuan lebih lengkap terhadap konsep kualitas produk, pelayanan, dan kepuasan pelanggan.

2. Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu manajemen pemasaran.

3. Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan oleh Raa Cha Suki & Bbq dalam melakukan perkembangan di masa yang akan datang.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.