

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi seperti saat ini, persaingan di dunia usaha atau bisnis semakin ketat, baik dalam pasar domestik maupun dalam pasar global. Segala bentuk kebutuhan hidup masyarakat baik dilihat dari segi kebutuhan primer, sekunder, maupun tersier merupakan suatu kebutuhan yang harus dan ingin selalu dipenuhi. Untuk setiap pelaku usaha atau bisnis, agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen diperlukan suatu proses yang dapat menyalurkan dan mendistribusikan kebutuhan-kebutuhan tersebut dimulai dari produsen hingga sampai konsumen akhir. Perkembangan usaha bisnis semakin mengalami peningkatan terutama yang sedang berkembang adalah bisnis kuliner, khususnya bisnis restoran siap saji. Perkembangan restoran cepat saji saat ini berjalan dengan cepat. Ini dikarenakan dengan adanya peluang ekonomi yang terkait dengan perubahan gaya hidup pada masyarakat. Ini ditandai dengan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi dan aktivitas kerja yang sibuk serta mengakibatkan mereka untuk selalu mencari sesuatu yang bersifat sangat praktis dan instan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. (Sumber : Hadita,2019). Oleh karena itu, restoran makanan siap saji merupakan hal yang sangat diminati. Restoran makanan siap saji memiliki peluang yang besar dan menjanjikan, seperti McDonald's, KFC, Wendy, Richeese Factory dan lain sebagainya.

Untuk menghadapi persaingan yang ketat, setiap perusahaan harus mampu bersaing dengan kompetitor. Perusahaan perlu membuat pelanggannya merasa puas. Karena kepuasan pelanggan adalah salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan perusahaan untuk memenangkan persaingan tersebut. Menurut Tjiptono (2015:76), kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara harapan atau ekspektasi sebelum pembelian dan persepsi terhadap kinerja





Richeese Factory pernah terdaftar dalam kategori top brand award pada tahun 2018-2020. Menurut top brand award *Richeese Factory* selalu berada di posisi terbawah dalam

kategori restoran makanan siap saji

Tabel 1.1

Top Brand Awards Restoran Fast Food Tahun 2018-2020

Restoran fast food	2018	2019	2020
KFC	42,7%	26,2%	26,4%
McDonald's	24,3%	22,4%	22,8%
Hoka-hoka Bento	6,3%	5,4%	6,5%
A & W	5,8%	5,4%	5,9%
<i>Richeese Factory</i>	2,7%	4,3%	4,9%

(Sumber: Topbrand-award.com)

Berdasarkan tabel *Top Brand Index* *Richeese Factory* menduduki posisi terbawah dengan persentase 2,7% pada tahun 2018, pada tahun 2019 juga dengan persentase 4,3% dan juga pada tahun 2020 dengan persentase 4,9%. Berdasarkan fakta-fakta terjadinya kenaikan *Top Brand Index*, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap *Richeese Factory* dan penelitian ini diberi judul “Pengaruh Citra Merek dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan *Richeese Factory* di Kelapa Gading”.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya ini tanpa mendapat izin dan menuliskan 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.

Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis Informatika Kwik Kian Gie)



1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini

adalah:

1. Bagaimana citra merek *Richeese Factory* di Kelapa Gading?
2. Bagaimana promosi *Richeese Factory* di Kelapa Gading?
3. Bagaimana kepuasan pelanggan *Richeese Factory* di Kelapa Gading?
4. Apakah citra merek mempengaruhi kepuasan pelanggan di *Richeese Factory* di Kelapa Gading?
5. Apakah promosi mempengaruhi kepuasan pelanggan di *Richeese Factory* di Kelapa Gading?
6. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan *Richeese Factory* di Kelapa Gading?

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penulis membatasi masalah-masalah yang akan diteliti antara lain sebagai berikut:

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *Richeese Factory* di Kelapa Gading ?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *Richeese Factory* di Kelapa Gading ?

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



1.4. Batasan Penelitian

Batasan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Berdasarkan obyek penelitian, obyek penelitian ini adalah *Richeese Factory*.
2. Subyek penelitian ini adalah pelanggan yang pernah mengonsumsi *Richeese Factory* di Kelapa Gading.
3. Variabel penelitian yang digunakan citra merek, promosi dan kepuasan pelanggan.
4. Waktu pelaksanaan dilakukan penelitian ini pada bulan November sampai bulan Februari

1.5. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah dan batasan penelitian di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut ini:

“Apakah citra merek dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Richeese Factory* di Kelapa Gading?”

1.6. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan *Richeese Factory* di Kelapa Gading
- b. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan *Richeese Factory* di Kelapa Gading



1.7. Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan memberikan manfaat bagi instansi – instansi bersangkutan yakni:

a. Bagi perusahaan, diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan serta masukan bagi perusahaan dalam pengaruh citra merek dan promosi terhadap kepuasan pelanggan *Richeese Factory* di Kelapa Gading.

b. Bagi pembaca, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti lain yang mengadakan penelitian dengan bidang kajian yang sama, sebagai bahan pembandingan dalam melakukan penelitian.

c. Bagi penulis: dapat mengembangkan ilmu yang telah diperoleh selama menjalani proses perkuliahan terutama di dalam bidang pemasaran, memperoleh wawasan dan pengenai pengaruh citra merek dan promosi terhadap kepuasan pelanggan

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.