# BAB I

# PENDAHULUAN

Bab ini akan membahas mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, batasan penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian. Latar belakang masalah merupakan penjabaran mengenai lingkungan ekonomi dari obyek yang diteliti, sisi dari latar belakang masalah adalah: situasi/kondisi disekitar topik penelitian yang menimbulkan adanya pertanyaan penelitian, teori/konsep utama yang mendukung penelitian, dan fenomena-fenomena disekitar penelitian dan hubungannya dengan teori, yang didukung data yang terkait. Identifikasi masalah berisi berbagai masalah yang ada pada objek yang diteliti maupun tidak dapat diteliti dan berdasarkan berbagai permasalahan tersebut dikemukakan hubungan satu masalah dengan masalah yang lain selanjutnya masalah tersebut dapat dinyatakan dalam bentuk variabel.

Batasan masalah adalah kebijakan-kebijakan untuk mempersempit masalah-masalah yang diidentifikasikan sebelumnya (menjadi ruang lingkup masalah yang akan dibahas). Batasan penelitian merupakan kriteria-kriteria yang dipergunakan untuk membatasi penelitian (dalam keterbatasan realistis peneliti, seperti: aspek waktu, tempat, data obyek) dan pertimbangan karena keterbatasan waktu, tenaga, dan dana. Rumusan masalah membahas mengenai inti masalah (ruang lingkup masalah) yang akan diteliti secara lebih lanjut dan konsisten, setelah dipersempit dengan batasan masalah, dan dinyatakan dalam kalimat tanya. Tujuan penelitian merupakan sesuatu yang ingin dicapai dengan dilakukannya penelitian atau jawaban mengenai mengapa penelitian tersebut dilaksanakan (berdasarkan rumusan masalah). Manfaat penelitian merupakan uraian mengenai manfaat penelitian bagi berbagai pihak yang terkait dengan penelitian.

1. **Latar Belakang Masalah**

*Dunkin' Donuts* mulai merambah pasar Indonesia pada tahun 1985 dengan gerai pertamanya didirikan di Jalan Hayam Wuruk, Jakarta. Khusus wilayah Indonesia, master franchise *Dunkin' Donuts* dipegang *Dunkin Donuts* Indonesia. Sejak diberi kepercayaan memegang master franchise tersebut, *Dunkin Donuts* Indonesia bercita-cita dan bertekad untuk terus membesarkan serta memperkuat awareness dan positioning *Dunkin Donuts*. Tidak hanya di Ibu Kota Indonesia, Jakarta, tetapi juga di berbagai kota besar lainnya. Itu sebabnya, kegiatan memperluas pasar dengan jalan membuka puluhan gerai permanen terus dilakukan secara berkala.

Kini *Dunkin Donuts* Indonesia telah berhasil membuka lebih dari 200 gerai yang tersebar di berbagai kota besar Indonesia seperti Jakarta, Tangerang, Bogor, Bekasi, Depok, Surabaya, Bandung, Bali, Medan, Yogyakarta, Makassar, dan lain sebagainya. Cita-cita memperkuat *awareness* dan *positioning* pun bisa dibilang telah tercapai. Paling tidak hal ini bisa dilihat dari hasil survey sebuah lembaga riset pemasaran yang menyebutkan bahwa *Top of Mind Dunkin' Donuts* di Indonesia telah mencapai 91,8%. Bahkan tercatat juga tingkat kepuasan konsumen Indonesia terhadap Dunkin' Donuts secara keseluruhan mencapai 80,8%.

Bersamaan dengan terus dilangsungkannya kegiatan *new image*, *Dunkin' Donuts* Indonesia juga mengikrarkan komitmen untuk lebih memfokuskan diri pada perbaikan produk dan pelayanan. Dengan demikian diharapkan tingkat kepuasan konsumen terhadap *Dunkin' Donuts* dapat terus meningkat

Zomato adalah situs pencarian restoran atau aplikasi yang menyediakan informasi untuk makan diluar, pesan bawa pulang, kafe, dan nightlife. Aplikasi pencarian restoran dengan rancangan mutakhir dan mudah digunakan saat menjelajahi semua pilihan restoran di kota. Terdapat informasi menu terbaru, foto, dan ulasan pengguna untuk memutuskan tempat makan dan layanan peta sebagai panduan saat perjalanan. ( sumber : <https://id.wikipedia.org/wiki/Zomato> ).

Berikut adalah beberapa ulasan/review positif dari pelanggan Dunkin Donuts Rawamangun yang dikutip dari Zomato, yaitu : “Tempatnya yang nyaman dan tenang serta fasilitas free hotspot nya yang membantu” (Firhat), “Donat nya enak dan suasana tempatnya nyaman dan modern, ac nya juga dingin” (IzanYuka) , “Sering sekali kesini buat ngerjain tugas kuliah. Bahkan pernah dua hari berturut-turut. Alasannya adalah tempatnya yang nyaman dan menu yang di tawarkan enak” (Riani). Namun, walaupun *Dunkin Donuts* berhasil meraih berbagai macam pujian dan mampu dikenal oleh banyak orang di kalangan masyarakat umum. Tetap saja, *Dunkin Donuts* memiliki kekurangan dan review negatif dari beberapa pelanggan yang kecewa, seperti : “pelayanan *Dunkin Donuts* kurang ramah” (Zaki). Ukuran *JCO Donuts* lebih tipis, sedangkan *Dunkin Donuts* lebih tebal. Sedangkan texture *JCO Donuts* lebih lembut dan empuk dibandingkan *Dunkin Donuts* yang lebih padat dan mengenyangkan (Antonov).

( Sumber <https://www.zomato.com/id/jakarta/dunkin-donuts-rawamangun/info> )

Berdasarkan pemaparan data dan kekurangan serta kelebihan *Dunkin Donuts* Rawamangun yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap *Dunkin Donuts* Rawamangun dan penelitian ini diberi judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan *Dunkin Donuts* Rawamangun Jakarta Timur”

1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka beberapa masalah yang dapat di identifikasi yaitu :

1. Apakah Dunkin Donuts memiliki kualitas layanan yang baik?
2. Apakah Dunkin Donuts memiliki kualitas produk yang baik?
3. Bagaimana loyalitas pelanggan Dunkin Donuts?
4. Apakah kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
5. Apakah kualitas produk memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
6. **Batasan Masalah**

Berdasarkan dari identifikasi diatas penulis memiliki batasan masalah yang akan diteliti yakni sebagai berikut:

1. Apakah Dunkin Donuts memiliki kualitas layanan yang baik?
2. Apakah Dunkin Donuts memiliki kualitas produk yang baik?
3. Apakah Dunkin Donuts memiliki loyalitas dari pelanggannya?
4. Apakah kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
5. Apakah kualitas produk memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
6. **Batasan Penelitian**

Agar peneliti ini lebih terarah, maka peneliti ini dibatasi sebagai berikut:

1. Objek dari penelitian ini adalah Dunkin Donuts di Rawamangun Jakarta Timur.
2. Variable yang diteliti adalah kualitas layanan, kualitas produk, dan loyalitas pelanggan.
3. Konsumen yang telah membeli dan mengkonsumsi Dunkin Donuts yang akan menjadi responden.
4. Responden 100 orang.
5. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, peneliti merumuskan beberapa masalah penelitian sebagai berikut: “apakah kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Dunkin Donuts”?

1. **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian agar dapat memperoleh hal-hal sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas layanan Dunkin Donuts
2. Untuk mengetahui kualitas produk Donuts
3. Untuk mengetahui loyalitas pelanggan Dunkin Donuts
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada Dunkin Donuts
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Dunkin Donuts
6. **Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak antara lain:

1. Manfaat Untuk Pembangunan Akademik (Manajemen Pemasaran):
   1. Penelitian ini di harapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dalam rangka penerapan teori-teori yang telah di dapatkan di perguruan tinggi, serta untuk menguji telah sejauh mana penulis dapat melakuan pengujian.
   2. Dapat menambah refrensi di perpustakaan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
   3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi masyarakat luas.
   4. Dapat membantu para pembaca yang berniat untuk membuat variabel atau objek yang sama dengan penelitian ini, sehingga dapat lebih dikembangkan dalam pembuatannya.
2. Manfaat Untuk Perusahaan Dunkin Donuts:

Dari hasil penelitian yang didapatkan oleh peneliti, diharapkan penelitian ini dapat menjadi penyumbang dan masukkan bagi dunia Dunkin Donuts antara lain:

* 1. Dapat mengetahui apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Dunkin Donuts.
  2. Dapat mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Dunkin Donuts.
  3. Dapat menjadi bahan pembelajaran bagi perusahaan Dunkin Donuts sendiri untuk dapat lebih mengembangkan perusahaannya.