KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tous Les Jours merupakan bisnis waralaba asal Korea Selatan yang menyediakan roti dengan berbagai sajian & variasi. Tous Les Jours saat ini menjadi populer di kalangan pecinta roti. Menggunakan konsep French-Asian yang menggabungkan bahan-bahan premium terpilih, diproses secara modern dalam pembuatan produknya.

Tous Les Jours hadir di tengah masyarakat dengan beberapa jenis produk yang ditawarkan, meliputi roti, biskuit, *cake*, serta sandwich. Setiap roti diberi nama yang kreatif dan menarik sesuai dengan topping dan rasa. Hal tersebut menciptakan sebuah perbedaan sehingga pelanggan tertarik dan mudah untuk mengenali produk yang ditawarkan oleh Tous Les Jours, contohnya roti Red Bean & Custard Brioche yang menjadi roti andalan Tous Les Jours. Red Bean adalah nama untuk roti bergaya Korea, dengan isi kacang merah di dalamnya dan Custard Brioche adalah nama dari roti yang lembut berisi krim custard yang melimpah dengan taburan gula. Selain itu, terdapat varian lain yang tidak kalah menarik, seperti Milk Cream Bread, Green Tea Clover, Pain Au Cafe Mocha, Cheese Volcano, Pizza Toast, Sausage Bread, Petit Cookie, Healthy Sandwich.

Tous Les Jours memiliki beberapa pesaing: BreadTalk & Francis Artisan Bakery. BreadTalk sebagai pemain lama di dunia bakery & pastry di Indonesia, mengedepankan variasi cita rasa roti Asia yang jauh lebih banyak. BreadTalk tidak menjual *ambience* seperti yang ditawarkan Tous Les Jours, akan tetapi

mengandalkan variasi rasa serta harga yang relatif murah. Francis Artisan Bakery sebagai pesaing baru TLJ merupakan salah satu retail roti *newcomer* yang cukup sukses menarik pembeli untuk mencoba produknya. Francis Artisan Bakery yang menggandeng artis Ari Wibowo sebagai *Brand Ambassador*, memiliki lebih banyak pilihan dan variasi roti dibanding Tous Les Jours, namun harga yang ditawarkan relatif lebih mahal dibanding Tous Les Jours.

Komentar-komentar positif mengenai roti Tous Les Jours ditulis oleh pelanggan yang telah menjadikan Tous Les Jours sebagai gerai roti favoritnya, pelanggan TLJ berpendapat roti varian raisin menjadi salah satu varian roti yang digemari, dan sering jika berkunjung ke mall dan melihat gerai salah satu gerainya pelanggan TLJ akan membeli 1-2 pastrinya, atau sekadar nongkrong karena tempatnya yang nyaman. Pelanggan juga bercerita tentang pengalamannya berkunjung ke gerai Tous Les Jours, mengutarakan bahwa dari sekian banyak gerai TLJ yang pernah dikunjungi, yang menjadi gerai favoritnya adalah yang berada di Senayan City karena suasananya yang nyaman dan pelanggan dapat melihat dapur untuk melihat proses pembuatan rotinya secara langsung jika duduk di deretan kursi meja paling pojok. Selain menunjukkan kalau proses pembuatannya higienis, kadang aktivitas kru dapur bisa jadi sebuah tontonan yang menarik. (sumber: https://haryoprast.com/2013/12/12/toko-roti-favorit-tous-le-jours/)

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Di sisi lain terdapat komentar mengenai masalah kepuasan pada produk Tous Les Jours dan pelanggan tersebut mengutarakannya lewat akun sosial media miliknya. Pelanggan tersebut menyatakan bahwa salah satu varian rotinya cenderung mengecewakan, menyebut bahwa kualitas roti TLJ tidak seperti yang dijanjikan karena keju yang terdapat pada roti tersebut terlalu sedikit, tidak seperti yang tertera di *tagline* varian roti tersebut. (sumber: https://www.instagram.com/p/BACdcHOvk_n/)

Kepuasan pelanggan dianggap penting mengingat kondisi bisnis yang sangat kompetitif. Tingkat persaingan menjadi tinggi dengan diferensiasi produk yang beragam. Untuk perusahaan, kepuasan konsumen menjadi faktor yang penting untuk meningkatkan keuntungan sehingga untuk dapat memenangkan persaingan maka perusahaan mulai berfokus pada peningkatan kepuasan konsumen. Kemudian faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas produk dan kualitas layanan. Faktor tersebut yang menentukan kepuasan pelanggan terhadap Tous Les Jours.

Berdasarkan uraian di atas, penulis mengangkat judul **"Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Tous Les Jours di Mall Kelapa Gading"**

B. Identifikasi Masalah

1. Bagaimana kualitas produk Tous Les Jours di Mall Kelapa Gading?
2. Bagaimana kualitas layanan Tous Les Jours di Mall Kelapa Gading?
3. Bagaimana kepuasan pelanggan Tous Les Jours di Mall Kelapa Gading?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk Tous Les Jours di Mall Kelapa Gading terhadap kepuasan pelanggan?

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

5. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan Tous Les Jours di Mall Kelapa Gading terhadap kepuasan pelanggan?
6. Apakah terdapat pengaruh harga Tous Les Jours di Mall Kelapa Gading terhadap loyalitas pelanggan
7. Apakah terdapat pengaruh kepuasan pelanggan Tous Les Jours di Mall Kelapa Gading terhadap *Brand Relationship*

C. Batasan Masalah

1. Membahas tentang kualitas produk Tous Les Jours di Mall Kelapa Gading
2. Membahas tentang kualitas layanan Tous Les Jours di Mall Kelapa Gading
3. Membahas tentang kepuasan pelanggan Tous Les Jours di Mall Kelapa Gading
4. Membahas pengaruh kualitas produk Tous Les Jours di Mall Kelapa Gading terhadap kepuasan pelanggan
5. Membahas pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Tous Les Jours di Mall Kelapa Gading

D. Batasan Penelitian

1. Objek penelitian ini adalah Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan.
2. Subjek penelitian ini adalah pelanggan yang pernah mengkonsumsi Tous Les Jours.
3. Ruang lingkup penelitian adalah Mall Kelapa Gading.
4. Waktu yang diambil untuk melakukan penelitian Oktober – November 2016
5. Responden 100 orang

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
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.

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dijabarkan diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut : "Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk & Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Tous Les Jours?

F. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh penulis sehubungan dengan batasan masalah diatas :

1. Mengetahui kualitas produk dari Tous Les Jours di Mall Kelapa Gading
2. Mengetahui kualitas layanan dari Tous Les Jours di Mall Kelapa Gading
3. Mengetahui kepuasan pelanggan Tous Les Jours di Mall Kelapa Gading
4. Mengetahui pengaruh kualitas produk Tous Les Jours di Mall Kelapa Gading terhadap kepuasan pelanggan
5. Mengetahui pengaruh kualitas layanan Tous Les Jours di Mall Kelapa Gading terhadap kepuasan pelanggan

G. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat Praktis
   a) Sebagai masukan untuk mengetahui bagaimana persepsi pelanggan terhadap kualitas produk Tous Les Jours di Mall Kelapa Gading
   b) Sebagai masukan untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan pelanggan Tous Les Jours di Mall Kelapa Gading

c) Sebagai masukan untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk tujuan perusahaan jangka panjang.

2. Manfaat Akademis

a) Bagi Pembaca

Sebagai bahan referensi dalam memecahkan masalah yang berkaitan dengan masalah yang dikaji dalam penelitian ini, juga sebagai acuan dan bahan bagi pihak-pihak yang mengadakan penelitian lanjutan pada masalah yang sama.

b) Bagi Penulis

Memperoleh pengetahuan serta pengalaman langsung di bidang pemasaran dalam meneliti kasus yang ada di lapangan sehingga diharapkan dapat menambah kemampuan penulis nantinya dalam dunia.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
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.