



## BAB I PENDAHULUAN

### Ⓒ Latar Belakang Masalah

Kemajuan di bidang sosial ekonomi mengakibatkan perubahan pola konsumsi 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 yang sudah semakin tinggi tingkat pendapatan dan pendidikannya selalu mencari sesuatu yang dapat memberikannya kenyamanan yang lebih dari 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 jepang yang berasal dari Jepang ini terus berkembang dan menyebar di beberapa Negara. Di Indonesia, khususnya kota Jakarta, banyak bermunculan restoran Jepang.

Menurut data dari [www.tripadvisor.co.id](http://www.tripadvisor.co.id) hingga akhir tahun 2015 ini terdapat sekitar 576 restoran Jepang di Jakarta. Jumlah ini dapat diperkirakan akan terus bertambah, didukung oleh kondisi perekonomian yang juga diperkirakan akan terus membaik pada tahun 2016.

Menurut artikel dari [news.liputan6.com](http://news.liputan6.com), saat ini bisnis kuliner sushi ala Indonesia semakin berkembang, makanan khas jepang sushi mungkin tidak asing lagi bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Tidak hanya di restoran, bisnis kuliner sushi kini mulai banyak dikembangkan menjadi usaha rumahan yang cukup menjanjikan. Seperti bisnis sushi rumahan yang ditekuni Dini Utami Putri di Tangerang, Banten. Jika biasanya ikan yang digunakan adalah ikan mentah, Dini mengkreasiannya dengan ikan salmon matang atau ayam rebus. Cara pembuatannya

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



pun cukup sederhana, siapkan juga timun jepang, tepung roti goring, keju dan telur ikan.

Dari pernyataan diatas, dapat kita lihat fenomena makanan Jepang cukup diminati oleh masyarakat Indonesia. Restoran Jepang di Jakarta kini semakin bertambah. Dengan meningkatnya penggemar budaya Jepang di Indonesia, kuliner Jepang banyak di cari oleh masyarakat. Makanan khas Jepang yang digemari antara lain sushi dan nasi kari. Kita 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.

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 kuat dalam memasarkan produknya sehingga dapat bertahan dalam persaingan bisnis.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta dimiliki 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.



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.

Itadakimasu ala Jepang yang menyediakan makanan jepang berupa makanan utama dan makanan ringan yang memiliki bentuk makanan yang unik, seperti nasi yang dibentuk menyerupai binatang panda, dan makanan ringan berupa roti atau kroisan berbentuk ikan, oleh karena bentuk makanan yang unik dan citra rasa makanan yang enak membuat Restoran Itadakimasu ini selalu ramai dikunjungi dan diperbincangkan pengunjung baik anak muda maupun keluarga, bahkan beberapa pengunjung rela menunggu hingga satu jam di pintu masuk agar mendapat giliran menikmati sajian ala jepang tersebut, namun perjuangan para pengunjung terbayar dengan kualitas makanan yang disajikan oleh Restoran Itadakimasu. Komunitas blogger makanan pun tidak ketinggalan untuk mencoba dan mengunjungi Restoran Itadakimasu dan membagi pengalaman menariknya seputar restoran ala Jepang tersebut. Pemilik Itadakimasu mengambil konsep ala Jepang tetapi tetap mengedepankan selera makanan Indonesia. Itadakimasu sendiri berasal dari bahasa jepang yang memiliki arti “Selamat Makan”. Konsep ruangan pun sengaja di desain semenarik mungkin dengan gambar beruang yang lucu untuk menarik perhatian para

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institit 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.



pengunjung. "Konsep kami sederhana saja yaitu bagaimana memberikan sajian makanan dan minuman yang enak berkualitas, dengan suasana lucu, narsis, foto-foto bersama Ted dan eksis di media sosial," kata Pemilik Resto "Itadakimasu" dalam keterangan pers di Jakarta, Minggu.

Persaingan yang semakin ketat dan semakin berkembangnya ekspektasi konsumen, mendorong Itadakimasu lebih fokus pada upaya mempertahankan konsumen yang ada dan menjaring calon-calon konsumen. Berkembangnya makanan di Indonesia, muncul lah pesaing-pesaing yang menawarkan produk makanan yang seperti Sumoboo. Sumoboo memiliki menu es krim yang beraneka bentuk seperti beruang, mochi yang berisi nutella, yang tidak hanya dessert tapi juga memiliki makanan berat seperti ramen yang memiliki tingkat kepedasan, semakin tinggi tingkatnya maka semakin pedas. Keunikan dari bentuk dan rasa makanan nya membuat Sumoboo menjadi pesaing terberat Itadakimasu.

Pengertian kualitas produk menurut Kotler dan Amstrong (2012 : 283) adalah *the ability of a product to perform its functions, it includes the product's overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes*". Artinya kualitas produk yang berhubungan erat dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk keseluruhan produk, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, dan atribut bernilai lainnya. Pengertian kualitas produk menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2012 : 153), adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Kepuasan konsumen didefinisikan oleh Kotler dan Armstrong (2012 : 37) sebagai mana kinerja suatu produk sesuai dengan harapan dari konsumen. Maka, apabila kinerja suatu produk sesuai harapan konsumen, makan konsumen akan puas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institit 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.



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. Konsumen yang puas juga akan cenderung memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain. Oleh karena itu, perusahaan harus mempertahankan kepuasan konsumen.

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 produk dan citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Karena kualitas produk dan citra merek menjadi faktor penentu untuk mempertahankan kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang terjadi maka penulisan memutuskan untuk menganalisis lebih lanjut dalam skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Madakimasu di Pantai Indah Kapuk.”

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.



## B. Identifikasi Masalah

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

1. Bagaimana kualitas produk Itadakimasu Pantai Indah Kapuk ?
2. Bagaimana citra merek Itadakimasu Pantai Indah Kapuk ?
3. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen di Itadakimasu Pantai Indah Kapuk?
4. Apakah kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen pada Itadakimasu Pantai Indah Kapuk ?
5. Apakah citra merek mempengaruhi kepuasan konsumen pada Itadakimasu Pantai Indah Kapuk ?

## C. Batasan Masalah

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

1. Bagaimana kualitas produk Itadakimasu Pantai Indah Kapuk?
2. Bagaimana citra merek Itadakimasu Pantai Indah Kapuk?
3. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen di Itadakimasu Pantai Indah Kapuk?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen Itadakimasu?

## D. Batasan Penelitian

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

1. Penelitian dilakukan pada Itadakimasu yang berada di Pantai Indah Kapuk, Jakarta Utara.
2. Konsumen yang diteliti adalah konsumen yang pernah membeli produk Itadakimasu dan menggunakan jasa Itadakimasu Pantai Indah Kapuk, Jakarta Utara.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI RKG (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 IBI RKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI RKG.



3. Lokasi penelitian dibatasi hanya di Pantai Indah Kapuk, Jakarta Utara.

#### E.

#### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah diatas, maka perumusan masalah yang diambil adalah : “Adakah pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pada restoran Itadakimasu di Pantai Indah Kapuk.”

#### F.

#### **Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek Itadakimasu.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen Itadakimasu.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Itadakimasu
4. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen Itadakimasu.

#### G.

#### **Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai bahan masukan dan informasi bagi pihak Itadakimasu di Pantai Indah Kapuk, 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, khususnya mengenai pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen.