



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

J. CO Donuts & Coffee dikelola oleh Johnny Andrean Group. Produk J.CO ini meniru konsep dari luar negeri. Johnny membutuhkan waktu selama tiga tahun sebelum meluncurkan J.CO Donuts & Coffee ke pasar Indonesia. Waktu tersebut digunakannya untuk mempersiapkan prosedur produksi, pemilihan bahan baku, memperbaiki mutu, proses produksi produk, serta operasional bisnis. J.CO menghasilkan bentuk dan rasa donat yang sempurna karena menggunakan kualitas bahan dasar dan proses produksi yang baik. (Sumber : [www.okefood.com](http://www.okefood.com)).

J.CO Donuts & Coffee hadir di tengah masyarakat dengan beberapa jenis produk yang ditawarkan, meliputi donat, kopi, cokelat, serta produk terbarunya, yogurt. Setiap donat diberi nama kreatif sesuai dengan topping dan rasa. Ini menciptakan sebuah keunikan agar pelanggan mudah untuk mengingat nama produk yang ditawarkan oleh J.CO Donuts and Coffee seperti contohnya Cheese Me Up dan Tira Miss U. Cheese Me Up adalah nama untuk donat dengan keju meleleh di atas dan Tira Miss U adalah nama dari donat dengan topping tiramisu. Berikut ini adalah contoh nama-nama produk yang ditawarkan J.CO Donuts & Coffee yaitu Hazel Dazzle, Glazzy, Alcapone, Coco Loco, Cheese Me Up, Miss Green T, Why Nut, JCrown Oreo, Da Vin Cheez, Mona Pisa, Heaven Berry, Forest Glam, J.CO Praline, J.CO Yogurt, Choco Forest Freeze, J.Pops. (Sumber: <https://jhonzhutauruk.wordpress.com/2012/08/08/manajemen-strategi-j-co-donuts-coffee/>).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBIKKGG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie dan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 IBIKKGG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKGG.



Pelayan J.CO MKG tidak dapat menyelesaikan masalah pelanggan dengan baik dan cenderung bersikap acuh tak acuh terhadap keluhan pelanggan. Masalah yang dialami oleh pelanggan adalah seorang perempuan tiba-tiba duduk berhadapan dengannya. Pelanggan ini merasa terganggu dengan keadaan tersebut namun pada saat pelanggan ini mengutarakan ketidaknyamanannya, pelayan J.CO tidak meminta maaf atas ketidaknyamanan tersebut dan tidak mencari solusi atas keluhan pelanggan. (sumber : archive.kaskus.co.id).

Krispy Kreme, I-Crave, dan Dunkin Donuts merupakan pesaing J.CO Donuts and Coffee. Krispy Kreme merupakan salah satu retail donat tertua di Amerika yang memiliki *track record* yang jauh lebih lama dibanding J.CO Donuts and Coffee. I-Crave memiliki lebih banyak variasi rasa dan harga yang relatif murah dibanding J.CO Donuts and Coffee. (sumber : <http://agung-ananda.blogspot.co.id/2011/10/jco-donuts-coffee.html>). Dunkin Donuts dari segi rasa kalah dari J.CO Donuts and Coffee, karena produk J.CO dinilai lebih legit bagi para penikmat Donat (sumber : Annisamardiana.wordpress.com/Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Dunkin' Donuts/2011/12/21).

Kualitas layanan menjadi peran yang sangat penting dalam sebuah tempat makan. Kualitas layanan merupakan hal yang sangat penting bagi J.CO Donuts and Coffee untuk mempertahankan pelanggan mereka. Pelanggan akan selalu menuntut produk yang lebih baik, lebih menarik, dan harga yang terjangkau. Perusahaan harus mampu memaksimalkan nilai pelanggan. Nilai pelanggan adalah selisih antara manfaat yang diperoleh pelanggan dari suatu produk atau jasa dengan pengorbanan yang dilakukannya untuk mendapatkan dan menggunakan produk.



Interior, desain dan suasana dalam J.CO Donuts and Coffee yang cenderung tenang dan nyaman menjadi pilihan bagi para pelanggan dalam menikmati donat serta minumannya dan adapun konsumen yang memilih J.CO Donuts and Coffee sebagai tempat untuk berkumpul, bersosialisasi, dan bertukar pikiran. J.CO Donuts and Coffee juga menyediakan berbagai fasilitas seperti wifi, charger yang dapat digunakan oleh pelanggan. Kepuasan pelanggan menurut Kotler yang dikutip kembali oleh Fandy Tjiptono (2012: 312), adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan Pelanggan akan memberikan dua manfaat besar bagi perusahaan yaitu loyalitas pelanggan dan penyebaran dari mulut ke mulut. Jika hasil yang didapat oleh pelanggan sesuai dengan harapan mereka maka mereka akan merasa puas. Jika hasil yang didapat oleh pelanggan tidak sesuai dengan harapan mereka maka mereka akan merasa tidak puas.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dan menyajikan hasilnya dalam sebuah karya ilmiah berupa skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan J.CO Donuts and Coffee terhadap Kepuasan Pelanggan di Mall Kelapa Gading”**

## B. Identifikasi Masalah

1. Bagaimana Kualitas Layanan J.CO Donuts and Coffee?
2. Bagaimana Kepuasan Pelanggan terhadap J.CO Donuts and Coffee?
3. Apakah terdapat pengaruh antara Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada J.CO Donuts and Coffee?



4. Berapa besar pengaruh antara Kepuasan Pelanggan terhadap Brand Relationship pada J.CO Donuts and Coffee?

5. Bagaimana Loyalitas pelanggan J.CO Donuts and Coffee?

### C. Batasan Masalah

1. Bagaimana Kualitas Layanan J.CO Donuts and Coffee?

2. Bagaimana Kepuasan Pelanggan terhadap J.CO Donuts and Coffee?

3. Apakah terdapat pengaruh antara Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada J.CO Donuts and Coffee?

### D. Batasan Penelitian

1. Objek penelitian ini adalah Kualitas Layanan J.CO Donuts and Coffee

2. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengonsumsi makanan dari J.CO Donuts and Coffee cabang Kelapa Gading

3. Ruang lingkup penelitian adalah wilayah Sunter dan Kelapa Gading.

4. Responden 100 orang

### E. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dijabarkan diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut : “Bagaimana Pengaruh Kualitas Layanan J.CO Donuts and Coffee terhadap Kepuasan Pelanggan di Mall Kelapa Gading?”

### F. Tujuan Penelitian

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

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 IBKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



1. Mengetahui Kualitas Layanan dari J.CO Donuts and Coffee di Mall Kelapa Gading.
2. Mengetahui Kepuasan Pelanggan dari J.CO Donuts and Coffee di Mall Kelapa Gading.
3. Mengetahui pengaruh Kualitas Layanan J.CO Donuts and Coffee terhadap Kepuasan Pelanggan di Mall Kelapa Gading.

### G. Manfaat Penelitian

#### 1) Pihak Perusahaan

Sebagai bahan informasi dan masukan bagi J.Co Donuts and Coffee, agar dapat mempertahankan Kualitas layanannya sehingga mempunyai Kualitas layanan yang baik dan berdampak positif pada kemajuan J.Co Donuts and Coffee.

#### 2) Bagi Pihak Lain

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.

#### 3) 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 kerja.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI IKKG (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.



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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

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.