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

Pangan merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia, namun pada masa kini pangan dikonsumsi juga untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup terutama pada masyarakat perkotaan. Pangan berubah menjadi sebuah industri kuliner yang tidak hanya memberikan cita rasa namun sekaligus kebutuhan lain bagi manusia untuk bersosialisasi. Dengan demikian ini membuat industri kuliner bertumbuh dengan sangat subur. (Sumber : http://gopanganlokal.miti.or.id/index.php/peran-strategis-industri-kuliner-bagi-pertumbuhan-ekonomi).

Berdasarkan Ketua Umum Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman (GAPPMI) pertumbuhan industri makanan dan minuman semenjak tahun 2012 mengalami pertumbuhan 8% sampai 10%. Ini meningkat dibandingkan pada tahun 2011 yang pertumbuhannya hanya 7% sampai 8%. Namun pada tahun 2013 pertumbuhan industri makanan dan minuman mengalami penurunan. Ini disebabkan oleh persiapan menjelang pemilu presiden dan wakil presiden. (Sumber : http://www.kemenperin.go.id/artikel/1825/Pertumbuhan-Industri-Makanan-dan-Minuman-Delapan-Persen).

Indonesia mempunyai keragamanan jenis masakan yang berasal dari berbagai negara maupun daerah. Hal ini menjadikan restoran sebagai salah satu bisnis yang paling menarik untuk dijalankan. Sebagai contoh di Jakarta, berdasarkan data dari Dinas Pariwisata DKI terdapat 1451 restoran tersebar di berbagai tempat di Jakarta baik di hotel, mal maupun tempat eksklusif dengan

pelanggan istimewa. Namun sebagian besar dari restoran tersebut merupakan restoran asing sebesar 63% dan sisanya 37% adalah restoran Indonesia. Restoran di Jakarta didominasi oleh restoran China sebesar 255 restoran, Amerika sebesar 216 restoran, Italia sebesar 113 restoran, dan Jepang sebesar 214 restoran. (Sumber : http://www.kulinologi.co.id/index1.php?view&id=34).

Restoran Jepang semakin diminati oleh masyarakat dan ini mengakibatkan persaingan restoran Jepang semakin meningkat. Untuk memuaskan pelanggannya, para pemilik restoran Jepang selain menyediakan berbagai macam produk juga memberikan layanan berkualitas seperti menata restorannya dengan dekorasi yang sedemikian rupa sehingga terlihat menarik, elegan, dengan suasana yang nyaman sehingga menambah kenikmatan dalam bersantap. Berdasarkan pengamatan penulis dan informasi yang diperoleh, setidaknya ada 8 restoran Jepang di Jakarta yang cukup diminati oleh masyarakat. Contohnya seperti Sushi Tei, Sushi Groove, Poke Sushi, Sushi Miyabi, Ichiban Sushi, Takigawa, Kiyadon Sushi, Hachi Hachi. Lokasi yang dipilih pada umumnya adalah di pusat perbelanjaan.

Salah satu restoran Jepang yang beroperasi di daerah Jakarta Utara, tepatnya di Mal Kelapa Gading adalah Restoran Sushi Tei. Restoran ini menawarkan menu makanan berupa sushi dan makanan Jepang lainnya seperti udon, nasi chachan, tempura, dan lain-lain. Agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen, maka Sushi Tei perlu melakukan berbagai usaha. Faktor pertama yang harus diperhatikan oleh Sushi Tei adalah kualitas produk yang baik. Untuk memberikan kualitas makanan yang baik, Sushi Tei melakukan kerja sama dengan Norwegian Seafood Council (NSC) untuk membeli bahan baku berupa salmon yang berkualitas tinggi. Salmon Norwegia merupakan produk dengan kualitas sempurna dan sangat ideal untuk

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

dikonsumsi secara mentah sebagai sushi atau sashimi. Selain itu bahan olahan yang digunakan oleh Sushi Tei mengikuti standard HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point) yang merupakan *food safety management system* yang telah diakui di seluruh dunia. Kualitas produk yang baik dan terjamin sangat diperlukan oleh setiap restoran terutama dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Konsumen yang memperoleh kepuasan atas produk yang dibelinya cenderung melakukan pembelian ulang terhadap produk yang sama, salah satunya dilihat dari kualitas. (Sumber : http://bagi-bagitip.blogspot.com/2014/02/p-margin-bottom-0.html)

Faktor kedua yang juga tidak kalah pentingnya dengan kualitas produk yang diberikan oleh Sushi Tei adalah pemberian kualitas layanan yang baik kepada konsumen sehingga Sushi Tei berusaha untuk meningkatkan dan mempertahankan kualitas pelayanannya. Hal ini dilakukan Sushi Tei untuk meningkatkan jumlah konsumen atau pelanggan yang loyal terhadap Sushi Tei. Kualitas layanan juga merupakan salah satu hal penting yang bisa dijadikan strategi dalam memenangkan persaingan, misalnya bentuk kenyamanan dalam pelayanan tempatnya, dimana interior di design menarik dan senyaman mungkin, seperti dalam ruangan diberikan iringan musik sehingga membuat pengunjung betah berlama-lama di dalamnya. Sushi Tei selalu ramah dalam memberikan pelayanan ditambah dengn sambutan hangat dari setiap pelayan yang selalu menyerukan *Irasshaimase*, yang artinya Selamat Datang Yang Kami Hormati. Ini merupakan sapaan yang khas yang diberikan Sushi Tei. Konsep oriental yang dipadukan dengan modernisasi dengan perabotan dan interior yang terbuat dari kayu serta ditambah dekorasi tirai-tirai Jepang membuat konsumen nyaman untuk duduk dan berbicara bisnis di restoran

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

Sushi Tei. Selain itu, Sushi Tei juga menyediakan fasilitas hotspot gratis, sehingga para konsumennya bisa menikmati fasilitas internet sepuasnya dengan menggunakan *notebook* ataupun *smartphone*. (Sumber : http://www.pojokmakmin.com/sushi-tei/)

Kualitas produk dan kualitas layanan yang baik merupakan salah satu faktor pendukung bagi konsumen dalam melakukan pembelian baik itu *trial purchase*, *repeat purchase*, ataupun *long term commitment purchase*. Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, **"Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Restoran Sushi Tei Mal Kelapa Gading."**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dapat dikemukakan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas produk di restoran Sushi Tei Mal Kelapa Gading?
2. Bagaimana kualitas layanan di restoran Sushi Tei Mal Kelapa Gading?
3. Bagaimana keputusan pembelian di restoran Sushi Tei Mal Kelapa Gading?
4. Apakah kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di restoran Sushi Tei Mal Kelapa Gading?
5. Apakah kualitas layanan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di restoran Sushi Tei Mal Kelapa Gading?
6. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di restoran Sushi Tei Mal Kelapa Gading?

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

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

C. Batasan Masalah

Dengan adanya kendala dan batasan yang dihadapi, penelitian ini difokuskan pada batasan-batasan berikut ini:

1. Bagaimana kualitas produk di restoran Sushi Tei Mal Kelapa Gading?
2. Bagaimana kualitas layanan di restoran Sushi Tei Mal Kelapa Gading?
3. Bagaimana keputusan pembelian di restoran Sushi Tei Mal Kelapa Gading?
4. Apakah kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di restoran Sushi Tei Mal Kelapa Gading?
5. Apakah kualitas layanan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di restoran Sushi Tei Mal Kelapa Gading?

D. Batasan Penelitian

Agar lebih terfokus maka penulis membuat batasan penelitian ini hanya dilakukan pada:

1. Obyek yang diteliti adalah restoran Sushi Tei yang berada di Mal Kelapa Gading, Jakarta Utara.
2. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan makan di restoran Sushi Tei Mal Kelapa Gading.
3. Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei 2014 – Agustus 2014 dan penyebaran kuesioner penelitian dilakukan pada bulan Juni 2014.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, ,maka perumusan masalah yang diambil adalah “Apakah kualitas produk dan kualitas layanan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada restoran Sushi Tei Mal Kelapa Gading?”

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

F. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas produk di restoran Sushi Tei Mal Kelapa Gading.
2. Untuk mengetahui kualitas layanan di restoran Sushi Tei Mal Kelapa Gading.
3. Untuk mengetahui keputusan pembelian di restoran Sushi Tei Mal Kelapa Gading.
4. Untuk mengetahui apakah kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Sushi Tei Mal Kelapa Gading.
5. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Sushi Tei Mal Kelapa Gading.

G. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

   Dapat dijadikan sebagai sumber informasi dan masukan bagi Sushi Tei mengenai seberapa besar pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen Sushi Tei.

2. Bagi penulis
   a. Sebagai bahan masukan dan referensi dalam kegiatan studi maupun kegiatan praktek kerja sebenarnya.
   b. Mendapatkan pengalaman praktis dalam menyusun skripsi dan aplikasinya dalam bidang pemasaran.

3. Bagi pembaca

Untuk menambah wawasan bagi pembaca maupun pihak lain mengenai kualitas produk, kualitas layanan dan keputusan pembelian. Selain itu, bisa menjadi sumber informasi dan referensi bagi penelitian sebelumnya.

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.