**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang Masalah**

Di era globalisasi saat ini persaingan di pasar domestik maupun internasional bisa disebut sangat kompetitif. Hal ini dapat terjadi karena banyak pesaing bisnis yang bergerak dibidang produk atau jasa yang serupa. Di samping itu globalisasi adalah sebuah kenyataan yang memiliki konsekuensi nyata terhadap bagaimana orang di seluruh dunia percaya bahwa negara-negara dan kebudayaan lokal akan hilang diterpa kebudayaan dan ekonomi global yang homogen.Perubahan pasar yang sangat cepat dan persaingan yang kompleks menuntut inovasi yang terus-menerus.

Sejarah kemunculan es krim yang pertama, dipercaya datang dari zaman kepemimpinan Kaisar Nero, Romawi tahun 64 M. Diceritakan bahwa saat itu Kaisar Nero menginginkan makanan penutup yang dingin. Kemudian dibuatkan kombinasi antara salju halus, nektar, sirop buah, dan madu. Di Cina, konon es krim juga mulai dikenal di negeri Cina sekitar tahun 700 M. Kemunculan es krim di Cina dimulai saat Raja Tang dari kerajaan Shang mendapatkan hadiah berupa gumpalan salju saat makan malam. Salju tersebut diproses dengan tambahan susu dan sari buah, serta dilumuri juga dengan madu. Makanan penutup yang dikenal dengan istilah *xuebaite* tersebut ternyata menjadi makanan kesukaan sang raja, yang akhirnya dipopulerkan di lingkungan kerajaannya.Cerita lainnya mengatakan bahwa sekitar tahun 1254 M, Marcopolo yang baru kembali dari Cina, membawa oleh-oleh cara pembuatan es krim. Saat itu, sebenarnya di Italia sendiri sudah dikenal jenis es tersebut dari sirop khas Italia. Dengan tangan dingin Marcopolo, es sirop Italian tersebut mengalami modifikasi. Rasanya yang enak membuat es sirop ini menjadi favorit banyak orang dan menyebar ke negara Eropa lainnya.Bahan dasar es sirop semakin berkembang, bukan hanya dari sirop melainkan menjadi susu dan krim. Bahan dasar baru ini membuat rasanya semakin kaya, tidak hanya manis tetapi juga gurih dan teksturnya semakin lembut. Setelah itulah sekitar abad ke-18, orang Inggris menyebutnya *ice cream*.Demam es krim sendiri baru muncul di benua Amerika pada abad 19 seiring dengan ditemukannya mesin pembuat es krim. Saat itu, gubernur asal Maryland, Amerika Serikat, menyajikan es krim kepada para tamunya. Hal inilah yang menjadi awal mula berkembangnya es krim di Amerika Serikat. Namun, baru 76 tahun kemudian kios es krim pertama dibuka di New York.Nah, di Indonesia es krim muncul setelah dibawa oleh orang-orang Belanda yang datang ke Indonesia. Dulu, es krim juga termasuk barang mewah dan mahal yang biasanya dinikmati orang Belanda saja. (Sumber: https://blog.ruangguru.com//)

Ice Cream Saloon adalah es krim pertama yang hanya bisa dinikmati oleh kota besar seperti Jakarta, Bogor, Bandung, Malang dan Surabaya. Saat itu es krim merupakan barang mewah dan mahal dan kebanyakan hanya orang Belanda saja yang bisa menikmatinya. Peninggalan Belanda yang masih eksis berupa toko-toko es krim “oldies” antara lain toko es krim Ragusa (Jakarta), toko Tip Top (Medan), Toko Oen (Malang), toko es krim Zangrandi (Surabaya) toko Rassa (Bandung). Sejarah es krim di Indonesia menunjukkan bahwa pembuatan es krim secara manufaktur baru dimulai sejak awal tahun 1970-an dengan adanya es krim Flipper, Woody, Greyhound, Peters, Diamond, dan Campina yang berskala nasional.Saat ini tingkat konsumsi es krim Indonesia adalah yang paling rendah untuk kawasan Asia Tenggara. Dua pertiga lebih rendah daripada tingkat konsumsi negara-negara jiran. Ada beberapa hal yang menyebabkan perkembangan tingkat konsumsi es krim Indonesia belum setinggi negara tetangga, antara lain es krim masih dianggap berperan dalam meningkatkan kegemukan, dan dianggap berperan menyebabkan sakit batuk dan pilek. Padahal ini semua hanyalah mitos saja.Infrastruktur logistik dan penyediaan daya listrik yang masih terbatas juga menyebabkan tingkat konsumsi es krim belum setinggi negara lain. Namun dengan jumlah penduduk yang sedemikian besar maka Indonesia tetap dipandang salah pasar potensial es krim di dunia, sehingga pemain es krim masih berminat melakukan investasi kapasitas produksi dan pemasaran disini.Salah satu merek es krim yang saat ini beredar di pasar Indonesia adalah Diamond. (Sumber : https://eskrimdiamondsamarinda.wordpress.com/2016/10/14/pos-blog-pertama/)

Dengan berkembangnya westernisasi yang semakin pesat menyebabkan masyarakat Indonesia mulai menerapkannya dalam sehari-hari.Dimulai dari gaya berbusana, gaya berbicara, sampai gaya konsumsi. Awalnya kegiatan makan hanya untuk memenuhi kebutuhan asupan harian saja, tetapi berbeda dengan zaman yang semakin modern ini. Pengaruh westernisasi menyebabkan perubahan yang sangat mencolok terutama dalam hal gaya konsumsi masyarakat Indonesia yang biasanya tidak bisa lepas dari nasi mulai tergantikan dengan makan makanan lainnya seperti kudapan atupun es krim.

Sebagai salah satu bagian dari gaya hidup, es krim menjadi makanan keseharian yang dinikmati oleh kaum urban perkotaan. Tak heran, saat ini menjamur gerai yang menawarkan es krim sebagai menu utamanya. Salah satunya, Häagen-Dazs, es krim *super premium* asal Paris, Prancis.

Ada banyak produk es krim yang tersebar di Indonesia, beberapa produk paling digemari oleh masyarakat Indonesia seperti Campina, Walls’s, Aice, Indoeskrim, Glico, dan Haagen Dazs.Setiap produk memiliki cirri khas yang berbeda dan memiliki harga yang berbeda dari yang murah sampai yang mahal. (Sumber : www.idntimes.com/food/dining-guide/)

Produk Häagen-Dazs memiliki kandungan udara yang rendah dibanding merek es krim lain. Häagen-Dazs es krim superpremium dengan kandungan udara berkisar 10-40%. Berbeda dengan produk yang lain, tekstur es krim yang berongga. Sedangkan produk Häagen-Dazsbenar-benar padat dan halus. Itulah yang menjadikan perbeda antara produk ini dengan produk lainnya.Kendati bermain di kasta tertinggi, pasar es krim super premium di dalam negeri masih sangat minim. Pangsa pasarnya hanya di bawah 10%. Kalah jauh dengan pangsa pasar es krim kelas ekonomi yang dipadati pemain besar seperti Wall's dan Campina. L. Sally Maitimu, National Shop Manager Häagen-Dazs Indonesia mengatakan, selain Häagen-Dazs, merek es krim superpremium lain yang dijual di Indonesia adalah Ben&Jerry's. Hanya saja, kapasitasnya jauh lebih kecil ketimbang Häagen-Dazs. (Sumber : http://marketeers.com/cara-bertahan-haagen-dazs-di-pasar-es-krim-superpremium/)

Saat ini, Häagen-Dazs Cafe memiliki 32 gerai yang tersebar di mal-mal premium di Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, dan Bali. Setiap tahun, Häagen-Dazs menambah dua hingga tiga gerai baru. Februari ini, Häagen-Dazs akan buka di Bintaro X-Change dan Bandara Ngurah Rai Bali. Investasi per gerai memakan biaya sekitar Rp 1,4 miliar.

Di tahun 2015 ini, Haagen Dazs akan terus menginspirasi dan memanjakan para HaagenDazs lovers dengan tetap berkomitmen memberikan kualitas es krim super premium. Juga pelayanan terbaik serta akan menghadirkan menu es krim yang kreatif dan inovatif.(Sumber:<https://food.detik.com/berita-boga/d-2817501/inilah-rahasia-kenikmatan-es-krim-haagen-dazs-yang-lembut-creamy>)

 Haagen Dazs meluncurkan aplikasi utuk perangkat bersistem operasi Android dan iOS, kehadiran aplikasi mobile ini bertujuan memperluas cakupan jangkauan Haagen-Dazs kepada konsumen terutama di kalangan milenial. Saat ini era digital dan Haagen-Dazs melihat ini sebagai hal yang harus segera ditindaklanjuti. Di era saat ini, kami harus mendukung kafe offline kami dengan layanannya via online, dengan aplikasi mobile ini. Aplikasi ini jadi satu lagi hal baru yang kami suguhkan bagi pelanggan, Aplikasi ini diklaim menghadirkan kemudahan bagi konsumen dalam memesan dan menikmati es krim Haagen-Dazs.Pada aplikasinya, Haagen-Dazs menghadirkan sejumlah fitur yaitu katalog menu, berita dan promo, *Near Me* untuk menampilkan lokasi kafe di sekitar pengguna, serta game. Kehadiran fitur *game* diklaim sebagai pembeda aplikasi Haagen-Dazs dengan aplikasi layanan lain, sebab fitur tersebut tidak dimiliki oleh aplikasi layanan serupa milik kompetitor di ranah *Food & Beverage*. Fitur game tersebut diharapkan Haagen-Dazs dapat menjadi hiburan bagi pengguna saat menunggu, bahkan saat tidak menunggu pesanan es krim. Untuk dapat menggunakan aplikasi ini, pengunduh perlu mendaftarkan diri melalui akun Facebook atau email terlebih dahulu. (Sumber: https://www.medcom.id/teknologi/news-teknologi)

Saat ini kepuasan pelanggan dianggap sangat penting mengingat kondisi bisnis yang sangat kompetitif. Kualitas produk dapat menyebabkan konsumen puas, apabila suatu fungsi dasar kualitas produk terpenuhi. Selain itu kualitas layanan juga merupakan suatu fungsi dasar agar kepuasan pelanggan tercapai. Dengan terjaganya kualitas dari suatu produk yang akan dipasarkan,maka produk tersebut diharapkan dapat terjual dan dapat dipilih konsumen .Tingkat persaingan menjadi tinggi dengan keunikan produk yang beragam. Bagi perusahaan, kepuasan pelanggan menjadi faktor yang penting untuk meningkatkan profit perusahaan.

 Komentar lain juga dikemukakan oleh salah satu konsumen Haagen-Dazs, Konsumen itu kecewa pada suatu gerai Haagen Dazs karena biasanya pada saat membeli mendapat minimal air putih untuk menetralisir. Pada saat konsumen membeli cake menggunakan *voucher,* konsumen tersebuttidak mendapatkan air putih dan akhirnya konsumen meminta air putih tapi tidak diberikan oleh pelayan dan pelayan tersebut mengatakan jika pembeliaan memakai *voucher* tidak dapat air putih, padahal itu hanya air putih dan digerai lain selalu menyediakan air putih untuk konsumennya walaupun pembelian memakai *voucher*. (Sumber: [https://www.tripadvisor.co.id/ShowUserReviews-g294229-d7224287-r323359357-Haagen\_Dazs-Jakarta\_Java.html#](https://www.tripadvisor.co.id/ShowUserReviews-g294229-d7224287-r323359357-Haagen_Dazs-Jakarta_Java.html))

Masalah lain uga terdapat pada Salah satu gerai Haagen Dazs dimana terdapat peristiwa yang mengecewakan konsumen,yaitu pelayanan karyawan yang buruk. “Waktu saya mau take away, saya ditawari untuk pakai dry ice dan kena charge”. Semula pelanggan menolak karena jarak rumah tempat tinggal yang dekat. Kemudian pelanggan tersebut dianjurkan agar menggunakan dry icenya dengan alasan rasa atas es krim da[at berubah apabila beradda pada ruang terbuka yang relative lama. Namun pelanggan tersbut terkena biaya tambahan. Ternyata sesampainya di rumah, tidak terdapat dry ice di dalam kemasan dan membuat konsumen merasa kecewa. (Sumber: <https://www.zomato.com/jakarta/haagen-dazs-tebet/reviews>)

Terdapat juga ketidakpuasan dari salah satu ulasan konsumen yaitu:

,*“Came here and ordered the fondue, when it came out my ice cream was already half melted, staff said they would replace it but only ended up giving me fewer scoops and wrongflavours.The chocolate for the fondue was also not the right texture, in fact it was almost solid. Additionally they did not provide the proper heating for the fondue set.
Fruits also seemed a day old/ not fresh, quite disappointed.”.*

Yang dapat diartikan: konsumen datang dan memesan *fondue*, setelah es krim disajikan keadaannya sudah setengah meleleh. Akan tetapi pelayan tersebut mengatakan akan menggantikannya dengan yang baru. Walaupun pelayan memberikan sesendok lebih sebagai gantinya produk yang diberikan itu tidak sesuai dengan produk yang dipesan sebelumnya. Tekstur cokelat pada *fondue* tidak tepat/tidak seperti biasanya hanya hampir padat Selain itu mereka tidak memberikan pemanasan yang tepat untuk *fondue* set. Buah-buahannya juga tampak tidak segar,cukup mengecewakan.”(Sumber:https://www.zomato.com/)

Oleh karena itu,penulis tertarik dengan meneliti hubungan atau pengaruh kualitas layanan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan,apakah semua itu berkaitan atau tidak. Oleh sebab itu penulis tertarik untuk meneliti:”Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Häagen-Dazs di Mall Kelapa Gading”

**B.Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat di kemukakan identifikasi masalahnya sebagai berikut:

1**.** Produkes krim apa yang paling diminati di Indonesia?

2. Bagaimana Kualitas Produk dari Häagen-Dazs di Mall Kelapa Gading?

3. Bagaimana Kualitas Layanan dari Häagen-Dazs di Mall Kelapa Gading?

4. Bagaimana Kepuasan Pelanggan Häagen-Dazs di Mall Kelapa Gading?

5. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Häagen-Dazs di Mall Kelapa Gading?

6. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Häagen-Dazs di Mall Kelapa Gading?

 **C.Batasan Masalah**

 Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, maka penulis membatasi ruang lingkup permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana Kualitas Produk yang diberikan Häagen-Dazs di Mall Kelapa Gading?
2. Bagaimana Kualitas Layanan yang diberikan Häagen-Dazs di Mall Kelapa Gading?
3. Bagaimana Kepuasan Pelanggan yang diberikan Häagen-Dazs di Mall Kelapa

Gading?

1. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Häagen-Dazs di Mall Kelapa Gading?
2. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Häagen-Dazs di Mall Kelapa Gading ?

**D.Batasan Penelitian**

 Berdasarkan batasan masalah diatas serta dengan mempertimbangkan berbagai keterbatasan lainnya maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian ini sebagai berikut:

1. Objek penelitian adalah Häagen-Dazs Mall Kelapa Gading
2. Subjek penilitian adalah masyarakat yang pernah mengonsumsi Häagen-Dazs di Mall Kelapa Gading
3. Penelitian ini dilakukan pada November 2018 - Januari 2019

**E.Rumusan masalah**

Bedasarkan batasan masalah dan batasan penilitian yang telah penulis jabarkan di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut: “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Häagen-Dazs di Mall Kelapa Gading ?”.

**F. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Kualitas Produk Häagen-Dazsdi Mall Kelapa Gading.
2. Untuk mengetahui Kualitas Layanan Häagen-Dazs di Mall Kelapa Gading.
3. Untuk mengetahui Kepuasan Pelanggan Häagen-Dazs di Mall Kelapa Gading.
4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Häagen-Dazs di Mall Kelapa Gading.
5. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Häagen-Dazs di Mall Kelapa Gading.

**G.Manfaat Penelitian**

 Penulis mengharapkan dengan dilakukannya penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. **Penulis**

Penulis mendapatkan kesempatan untuk membuat penelitian ini dengan kemampuan yang telah diperoleh pada masa perkuliahan dan mempunyai pengetahuan lebih lengkap terhadap konsep kualitas produk, pelayanan, dan kepuasan pelanggan.

1. **Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu manajemen pemasaran.

1. **Perusahaan**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan oleh Haagen Dazs dalam melakukan perkembangan di masa yang akan datang.