

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Globalisasi yang berdampak pada perkembangan teknologi dan informasi telah membuat persaingan di dalam dunia bisnis menjadi semakin kompleks, konsumen pun dihadapkan pada berbagai pilihan produk dengan harga dan kualitas yang hampir sama. Kemajuan di bidang sosial ekonomi juga 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 berbagai jenis bisnis retail makanan di Indonesia yang semakin berkembang pesat. Khususnya di Jakarta banyak bermunculan retail makanan penutup seperti es krim/*Ice Cream*. (www.travel.kompas.com)

Salah satu merek es krim yang ingin penulis teliti adalah mengenai Baskin Robbins. Baskin-Robbins, salah satu waralaba *Ice Cream* terbesar di dunia, spesialis dalam *Premium Ice Cream* dengan berbagai macam rasa. Masyarakat di seluruh dunia telah menikmati beragam variasi dari Baskin Robbins yang bernilai tinggi. Baskin Robbins sendiri telah hadir di lebih dari 7.000 lokasi di hampir 50 negara di seluruh dunia. Peminat tertinggi adalah negara Amerika, China, dan Indonesia. Pembeli akan memiliki kesan tersendiri saat membeli produk Baskin Robbins karena mereknya yang sudah terkenal serta rasa yang enak dan harganya pun tergolong tidak murah. Baskin Robbins



1. Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian 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.



adalah perusahaan *Ice Cream* yang didirikan oleh Burt Baskin dan Irvine Robbins pada tahun 1953, dari penggabungan perusahaan masing-masing *Ice Cream*, di Glendale, California. Perusahaan *ice cream* Baskin Robbins dimulai sebagai usaha yang terpisah, *ice cream* Burt Shop dan Cream Snowbird Ice yang kemudian bergabung pada tahun 1953, konsep ini berkembang menjadi 31 rasa yang kemudian menjadi slogan "31 rasa". Angka 31 terpilih sehingga pelanggan bisa memiliki rasa yang berbeda setiap hari setiap bulan. Burt dan Irv juga percaya bahwa orang harus dapat rasa sampel sampai mereka menemukan satu rasa ice cream yang mereka ingin beli. (www.baskinrobbins.co.id)

Baskin Robbins Indonesia kini telah hadir lebih dari 280 outlet Baskin Robbins di kota-kota besar Indonesia seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, Medan dan Yogyakarta. Pelayanan di outlet Baskin Robbins pun bisa dibilang cepat. Pelayannya juga sabar, ramah & informative mengenai rasa dan topping. Mereka juga mau merekomendasikan produk mana yang *best seller* untuk konsumennya. Dalam setiap pembukaan toko, Baskin Robbins selalu memberikan promo *Buy 1 Get 1* di setiap pembelian *Double Scoop* maupun *Triple Scoop*. Baskin Robbins juga bekerja sama dengan Bank Mega yaitu dengan menggunakan kartu bank Mega diberikan diskon 35% diberikan setiap hari untuk pembelian ice cream, diskon 50% untuk pembelian Fresh pack di tanggal 15 maupun akhir bulan, dan promo diskon 31% untuk pembelian produk Ice cake khusus bagi pengguna kartu kredit bank Mega. (sumber : www.baskinrobbins.co.id/about)

Produk utama yang ditawarkan Baskin Robbins adalah ice cream, tekstur Ice Creamnya lembut serta cone dari Baskin Robbins tergolong renyah dan crispy. *Ice Cream* Baskin Robbins juga memiliki ketahanan terhadap suhu ruangan. Jadi tidak cepat cair seperti *Ice Cream* lainnya. Baskin Robbins tidak hanya menjual *Ice Cream* tetapi juga *Float, Blast, Shake* drink dan juga beberapa varian *Ice Cake*, yang terbuat dari *Ice Cream* tentunya. *Ice Cream* Baskin Robbins memiliki banyak pilihan rasa yang menggoda.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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.



Persaingan yang semakin ketat dan semakin berkembangnya ekspektasi konsumen, mendorong Baskin Robbins lebih fokus pada upaya mempertahankan konsumen yang ada dan menjaring calon-calon konsumen. Adanya beberapa pesaing-pesaing yang menawarkan produk Ice Cream seperti Haagen-Dazs. Haagen-Dazs memiliki menu es krim yang beraneka ragam dengan menu rasa Ice Cream andalannya yaitu Belgian Chocolate, yang tidak hanya Ice Cream tapi juga memiliki variasi menu dengan waffle dan pancake. Keunikan dari rasa Ice Cream dan variasi makanannya membuat Haagen-Dazs menjadi pesaing terberat Baskin Robbins.

Citra merek 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.

Pemberian kualitas jasa/pelayanan tertentu akan menimbulkan penilaian yang berbeda dari setiap konsumen, karena tergantung dari bagaimana konsumen mengharapkan kualitas jasa/pelayanan tersebut. Menurut Kotler dan Keller (2012 : 378) layanan adalah setiap tindakan atau kinerja satu pihak dapat menawarkan ke pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya mungkin tidak terikat pada suatu produk fisik. Kualitas layanan merupakan hasil perbandingan antara harapan dan pelayanan secara nyata yang diterima anggota. Apabila pelayanan yang dirasakan atau diterima sesuai dengan apa yang diharapkan,



Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis memutuskan untuk menganalisis lebih lanjut dalam skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Baskin Robbins di Mall Kelapa Gading.”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Faktor apa yang mempengaruhi konsumen dalam memilih produk Baskin Robbins?
2. Bagaimana kualitas produk Baskin Robbins?
3. Bagaimana kualitas layanan Baskin Robbins?
4. Bagaimana citra merek Baskin Robbins?
5. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen Baskin Robbins?
6. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Baskin Robbins?
7. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Baskin Robbins?
8. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen Baskin Robbins?
9. Strategi apa yang dilakukan oleh Baskin Robbins untuk bersaing dengan para kompetitornya?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI KIKG (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.



C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, penulis membatasi penelitian ini hanya

pada :

1. Bagaimana kualitas produk Baskin Robbins?
2. Bagaimana kualitas layanan Baskin Robbins?
3. Bagaimana citra merek Baskin Robbins?
4. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen Baskin Robbins?
5. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Baskin Robbins?
6. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Baskin Robbins?
7. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen Baskin Robbins?
8. Bagaimana pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen Baskin Robbins?

D. Batasan Penelitian

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

1. Objek penelitian adalah pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pada Baskin Robbins yang berada di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara.
2. Subyek penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk Baskin Robbins dan menggunakan jasa Baskin Robbins Kelapa Gading, Jakarta Utara.
3. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni 2016 – Agustus 2016.



E. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah diatas, maka perumusan masalah yang diambil adalah: “Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen”.

F. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Baskin Robbins.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Baskin Robbins.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen Baskin Robbins.
4. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen Baskin Robbins.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen Baskin Robbins.

G. Manfaat Penelitian

Diharapkan kegunaan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan dan informasi bagi pihak Baskin Robbins di Mall Kelapa Gading, 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, kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen dan mempraktekan teori-teori tentang pemasaran yang telah penulis pelajari selama kuliah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Bagi Masyarakat

Dapat berguna bagi masyarakat dengan memberi informasi dan menambah pengetahuan. Serta diharapkan agar dapat menjadi sumber informasi dan referensi bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

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.