



BAB I

PENDAHULUAN



Hak cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Latar Belakang Masalah

Globalisasi yang terjadi beberapa tahun belakangan membuat kompetisi didunia usaha semakin ketat, terutama untuk industri jasa dengan produk yang serupa. Hal yang paling penting untuk mencapai keberhasilan dalam bisnis ini selain produk yang berkualitas, juga suasana kerjasama dan jumlah hasil kerja tim dalam penjualannya. Karyawan yang diposisikan menjadi team terdepan dan mengetahui apa kebutuhan konsumen adalah *first line staff*, untuk itu sangatlah penting bagi sebuah perusahaan untuk memotivasi, memberikan penghargaan, dan melatih karyawan ini untuk menjadi karyawan berkualitas.

Starbucks corporation, sebuah perusahaan terkenal didunia dengan bidang retail, dengan konsep sebuah restoran menghadirkan produk utama adalah kopi dan teh. Di dunia *starbuck corporation* sudah memiliki sekitar 4000 cabang, dan termasuk perusahaan dengan perkembangan yang cepat di Amerika. Starbucks corporation selain terkenal dengan kualitas kopinya juga dikenal dengan pelayanan konsumen dan perusahaan dengan biaya yang tinggi. Starbucks membangun sebuah lingkungan bisnis dimana mensosialisasikan ke konsumen sebuah produk dengan harga yang sesuai dengan produknya dan tidak ada batasan umur untuk datang menikmati produk di outlet.

<http://indonesiabelajar.blogspot.com/2012/01/organizational-behavior-of-starbucks.html>

Starbucks corporation adalah sebuah jaringan kedai kopi dari Amerika Serikat yang bermarkas di Seattle, Washington. *Starbucks* adalah perusahaan kedai kopi

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.



terbesar di dunia, dengan 15.012 kedai di 44 negara. Melalui divisi *Starbucks Entertainment* dengan merek *Hear Music*, perusahaan ini juga memasarkan buku, musik, dan film. *Starbucks* dulunya merupakan sebuah kedai kopi kecil yang dibuka oleh Gerald Baldwin, Gordon Bowker, dan Ziev Siegl di Seattle's Pike Place, Washington pada tahun 1971 dengan tujuan awal untuk memberikan kopi ke sejumlah restoran dan bar di sekitarnya. Dengan perekrutan Howard Schultz yang memimpin usaha pemasaran dan eceran *Starbucks*.

Pada tahun 1982, pandangan *Starbucks* untuk lebih mengembangkan pemasaran ke berbagai daerah bahkan menjadi perusahaan global. Howard terinspirasi oleh bar espresso di Italia kemudian membuka jaringan *Il Giornale* pada 1985. Beberapa saat setelah pemilik asli *Starbucks* membeli *Peet's Coffee and Tea*, *Starbucks* pun dijual pada Howard yang kemudian mengganti nama *Il Giornale* dengan nama *Starbucks* pada 1987. *Starbucks* pertama di luar Seattle adalah di Vancouver dan Chicago pada 1987 sedangkan cabang pertama di luar Amerika Utara terletak di Tokyo, Jepang yang dibuka pada 1996. Sejak pertama kali dibuka di Seattle, *Starbucks* tumbuh dengan sangat cepat. Pada tahun 1990-an, *Starbucks* banyak membuka kedai baru. Pertumbuhan ini terus berlanjut sampai tahun 2000-an.

http://www.academia.edu/5318976/strategi_bisnis_starbucks_coffee

Sebetulnya, *Starbucks* berhubungan dengan Indonesia sejak 1970-an. Kantor pusat *Starbucks* di Seattle, Amerika Serikat, sering memesan kopi dari Sumatera dan Jawa. Meski hubungannya sudah cukup lama, ada banyak pertimbangan untuk membuka gerai di Indonesia. Baru setelah evaluasi di akhir 1999, *Starbucks* menyeleksi 200 perusahaan calon mitra di Indonesia. Setelah due diligence 2-3 tahun, akhirnya Mitra Adi Perkasa terpilih pada 2001. Gerai pertama *Starbucks* yang didesain dengan gaya populer terletak di Plaza Indonesia, di jantung Ibu Kota Jakarta. Hingga



di datangkan dari asalnya. Untuk bisa menjadi *retail coffee shop* yang terbesar seperti sekarang ini *Starbucks Coffee* harus bersaing dengan *coffee shop* sekelas *The Coffee Bean & Tea Leaf, Exelco, JCO Donut & Coffee*. Dari informasi di atas penulis menemukan masalah dari segi kualitas layanan, kualitas produk dari *Starbucks Coffee* agar mampu bersaing dan memenangkan pasar untuk memuaskan konsumen dan punggannya.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan kualitas layanan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan khususnya di *Starbucks coffee*, dengan judul: “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Starbucks Coffee di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang ini, maka masalah-masalah yang muncul untuk penelitian di atas adalah:

1. Apakah yang menjadi faktor – faktor yang memengaruhi konsumen dalam membeli produk *Starbucks Coffee*?
2. Apakah kualitas layanan memengaruhi kepuasan pelanggan pada produk *Starbucks Coffee*?
3. Apakah kualitas produk memengaruhi kepuasan pelanggan *Starbucks Coffee* ?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang diterangkan diatas, maka peneliti merumuskan batasan masalah menjadi sebagai berikut:



1. Apakah kualitas layanan memengaruhi kepuasan pelanggan pada produk *Starbucks Coffee*?
2. Apakah kualitas produk memengaruhi kepuasan pelanggan *Starbucks Coffee*?

D. Batasan penelitian

Agar tujuan pembahasan ini menjadi lebih terarah untuk mencapai sasaran yang diinginkan, maka penulis akan membatasi ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian dilaksanakan dan dilakukan pada Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara
2. Subjek penelitiannya adalah para konsumen yang pernah membeli produk Starbucks di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara.
3. Waktu penelitian Maret 2014 - Juli 2014

E. Rumusan Masalah

Melihat batasan masalah diatas, maka dapat dibuat suatu rumusan masalah yang akan dianalisa dan diteliti sehingga dapat memperoleh hasil yang akurat. Rumusan masalah tersebut adalah: “Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada *Starbucks Coffee* di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara.”

F. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan mendapatkan gambaran tentang:

1. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan *Starbucks Coffee*?
2. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan *Starbucks Coffee*?



G. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah :

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. Bagi *Starbucks Coffee*

Dapat dijadikan sebagai sumber informasi dan masukan bagi pihak *Starbucks Coffee* dalam meningkatkan kualitas produk dan kualitas layanan yang lebih memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan agar usahanya dapat berkembang lebih besar lagi.

2. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan mengenai konsep kualitas layanan dan kualitas produk. Dan diharapkan hasil penelitian ini sebagai masukan tentang elemen apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

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.