



## BAB I

### PENDAHULUAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
© Hancipta milik IBI KGG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan globalisasi yang pesat membuat banyak *brand* yang berasal dari luar negeri dapat dijumpai di Indonesia. Per tahun 2022, dicatat jumlah penduduk negara Indonesia mencapai 273 juta jiwa. (273 Juta Penduduk Indonesia Terupdate Versi Kemendagri, 2022). Hal ini akhirnya menjadi salah satu faktor perusahaan dari luar negeri ingin membuka cabangnya di Indonesia, salah satu jenis bisnis yang banyak masuk ke Indonesia adalah bisnis di bidang kuliner. Pada dasarnya makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yang harus dipenuhi, sehingga apabila makan dan minum masih menjadi kebutuhan yang diutamakan maka bisnis kuliner akan terus tumbuh dan berkembang (Mulyati, 2017).

Seiring dengan perkembangan jaman, persaingan restoran dalam menarik pelanggan semakin ketat sehingga para pebisnis harus menyusun strategi pemasaran yang unik dan matang, serta cara untuk mempertahankan pelanggan agar tetap loyal. Kotler & Armstrong, 2017 menyatakan tingkat kepuasan pelanggan dapat mengarah pada hal yang lebih besar yaitu loyalitas pelanggan. Pelanggan yang puas tidak hanya akan melakukan pembelian ulang, tetapi juga dapat menjadi mitra pemasaran secara sukarela dengan membagikan pengalaman baik mereka kepada orang lain. Dalam menghadapi persaingan, banyak faktor yang harus diperhatikan oleh para pebisnis. Misalnya untuk bisnis di bidang kuliner, kegiatan mengontrol kualitas bahan baku, proses pembuatan produk yang baik, pelayanan yang memuaskan bagi para konsumen, hingga inovasi atau kreasi varian produk sering menjadi perhatian yang utama. Kepuasan pelanggan pada produk atau kinerja yang dirasakan relatif terhadap harapan pembeli. Jika kinerja produk tidak sesuai harapan, pelanggan tidak puas, jika kinerja

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 IBIKGG.

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



sesuai harapan, pelanggan puas, dan jika kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas atau senang. Dapat disimpulkan kepuasan pelanggan adalah unsur utama yang harus dicapai oleh semua usaha agar dapat meraih keberhasilan maupun profit jangka panjang.

Salah satu faktor yang mendukung untuk mencapai kepuasan pelanggan adalah kualitas layanan. Dalam bisnis kuliner, pelayanan adalah unsur utama yang tidak kalah penting untuk diperhatikan agar membuat konsumen merasa puas. Cara pelayanan di sebuah restoran sangat berperan penting karena mampu mempertahankan pelanggan yang telah ada, juga menarik konsumen baru. Jika pelayanan di suatu tempat baik, maka akan membuat konsumen senang dan menceritakan pengalamannya tersebut kepada kerabatnya atau temannya, selain itu juga tidak menutup kemungkinan mereka membagikannya di media sosial.

Secara otomatis berita tersebut akan menyebar ke orang banyak dan hal ini berdampak positif bagi restoran karena membentuk reputasi yang baik bagi merk sehingga berpeluang menghasilkan banyak konsumen baru yang ingin mencoba untuk datang dan merasakan langsung pengalaman menikmati hidangan di restoran. Namun sebaliknya, hal ini juga dapat berdampak buruk jika pelanggan mengalami pengalaman yang buruk maka akan menciptakan reputasi yang buruk dan akan sulit bagi restoran untuk memulihkan nama baiknya kembali. Menurut Mulyati, 2017 kualitas pelayanan adalah upaya perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan melalui jasa yang mengiringi produk yang ditawarkan dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

Salah satu brand yang menjunjung tinggi kepuasan pelanggan dan terkenal akan pelayanannya adalah restoran HaiDiLao Hot Pot. Berdasarkan data yang dikutip oleh

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI KIG (Institusi 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.



penulis, HaiDiLao Hot Pot merupakan restoran hotpot yang dirintis di tahun 1994 di Kota Jianyang, Sichuan. Di Indonesia sendiri, HaiDiLao Hot Pot membuka outlet pertamanya di Mall Gandaria City pada November 2019. HaiDiLao Hot Pot tidak hanya menjual makanan mereka tetapi juga menyajikan pengalaman menyantab makanan yang unik bagi para pelanggannya.

Di HaiDiLao Hot Pot para pelanggan wanita dapat melakukan *nail art* atau *hand care* secara gratis sambil menunggu antriannya maupun setelah menikmati makanannya di HaiDiLao Hot Pot. Tidak hanya itu, dalam menunggu antrian saat restoran sedang penuh, para pengunjung dapat menikmati berbagai macam kudapan seperti snack, permen, es krim, dan minuman seperti lemon tea, jus jeruk, dan lain-lain secara gratis agar tidak jenuh dalam menunggu.

HaiDiLao Hot Pot juga menampilkan penari *Bian Lian*, yaitu sebuah pertunjukan seni opera khas Sichuan yang melakukan tarian dengan gerakan cepat dan corak topeng yang bisa berganti dengan cepat yang menggunakan kostum lengkap. Konsumen juga dimanjakan dengan servis karyawannya yang sangat ramah dan cekatan. Bagi konsumen yang makan sendirian disana, maka para staff akan menaruh boneka besar di depannya dengan maksud menemani konsumen tersebut.

Disediakan pula celemek, ikatan rambut, *cover* pelindung tas agar tidak terkena kuah sup hotpot dan selimut bagi para konsumen yang kedinginan. Tidak sampai sana, terdapat pula pengalaman unik yaitu diantar makanannya oleh robot pengantar makanan. Selain pengalaman unik dan menyenangkan ketika menyantab makanan di restoran, konsumen juga tidak akan dibiarkan pulang dengan tangan kosong.



Mereka dapat mencetak foto dari ponsel mereka di mesin cetak yang tersedia di sana lengkap dengan bingkai fotonya, membawa pulang kuah sisa kuah sup yang mereka makan, juga *snack* yang disediakan khusus untuk dibawa pulang.

Terdapat pula komplimen lain seperti mainan bagi anak kecil, hadiah bagi yang berulang tahun, dan hadiah-hadiah lainnya. Selain kualitas layanan, kegiatan promosi juga tidak kalah penting untuk mencapai kepuasan pelanggan. Promosi yang baik disertai dengan kualitas layanan yang bagus akan membuat pelanggan puas dan mau melakukan pembelian ulang.

Menurut Kotler & Armstrong, (2017:403) ada lima jenis atau bauran promosi, yaitu: Periklanan (*Advertising*), Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), Penjualan Personal (*Personal Selling*), Pemasaran Langsung dan Media Sosial (*Direct and Social Media Marketing*), dan Hubungan Masyarakat (*Public Relations*).

Tidak hanya terkenal akan pelayanannya yang optimal, HaiDiLao Hotpot juga melakukan beberapa kegiatan promosi penjualan. Menurut Hery, (2022:134) promosi penjualan adalah kegiatan promosi jangka pendek yang dirancang untuk mendorong pembelian yang dilakukan konsumen, kegiatan ini dilakukan untuk meningkatkan peluang pembeli untuk mencoba produk, meningkatkan pengakuan produk, dan meningkatkan skala pembelian serta perolehan penjualan.

HaiDiLao Hot Pot mengadakan promosi penjualan dengan cara memberikan sejumlah reward tertentu berupa kupon diskon, boneka, *snack*, *free* komplimen, dan lainnya dengan minimal pembelian ataupun melalui frekuensi kedatangan. Tidak hanya itu, HaiDiLao Hotpot juga memberikan *free tester* seperti kuah atau minuman varian baru atau bagi para konsumen yang ingin mencoba atau membandingkan terlebih dahulu sebelum memesan makanan mereka.

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.



Selain itu, staff HaiDiLao Hot Pot juga sering membagikan *voucher* potongan harga atau *voucher free dish* maupun souvenir ataupun *snack* di luar restoran untuk menarik pelanggan.

Promosi penjualan dan kualitas layanan yang baik menjadi unsur pendukung untuk mencapai kepuasan pelanggan. Tingkat kepuasan pelanggan dapat ditentukan melalui *review* atau ulasan dari pelanggan yang pernah datang dan melakukan pembelian di suatu tempat tertentu, ulasan tersebut akhirnya akan menghasilkan angka rating bagi tempat usaha tersebut. Berikut adalah data rating restoran hotpot di Indonesia pada tahun 2022.

**Tabel 1.1**  
**Rating Restoran Hotpot di Indonesia Tahun 2022**

No	NAMA RESTORAN	RATING
1.	The Social Pot	4.41/5
2.	HaiDiLao Hotpot	4.40/5
3.	Eight Treasure	4.36/5
4.	Shu Guo Yin Xiang	4.20/5

Sumber: [www.pergikuliner.com](http://www.pergikuliner.com) (diakses pada tanggal 5 November 2022)

Berdasarkan data di tabel 1.1 HaiDiLao Hot Pot menempati posisi kedua setelah The Social Pot, padahal berdasarkan data yang penulis temukan, HaiDiLao Hot Pot mendapatkan ulasan yang sangat baik dari para konsumennya dan sudah berusaha dengan sangat optimal dari segi pelayanan maupun promosi penjualan untuk memenuhi kepuasan pelanggannya.

Berdasarkan fakta bahwa HaiDiLao Hot Pot adalah restoran yang terkenal akan pelayanannya yang sangat ekstra dan seringkali memberikan promosi yang beragam

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.



namun belum menempati peringkat pertama, maka peneliti tertarik untuk meneliti restoran HaiDiLao Hot Pot dan memberi judul penelitian "**Pengaruh Promosi penjualan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan HaiDiLao Hot Pot di Mall Grand Indonesia**".

### 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana promosi penjualan HaiDiLao Hot Pot di Mall Grand Indonesia?
2. Bagaimana kualitas layanan HaiDiLao Hot Pot di Mall Grand Indonesia?
3. Bagaimana kepuasan pelanggan HaiDiLao Hot Pot di Mall Grand Indonesia?
4. Apakah kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan HaiDiLao Hot Pot di Mall Grand Indonesia?
5. Apakah promosi penjualan mempengaruhi kepuasan pelanggan HaiDiLao Hot Pot di Mall Grand Indonesia?
6. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan HaiD Lao Hot Pot di Mall Grand Indonesia?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



### 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penulis membatasi masalah-masalah yang akan diteliti antara lain sebagai berikut:

1. Apakah promosi penjualan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *HaiD Lao Hot Pot* di Mall Grand Indonesia?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *HaiD Lao Hot Pot* di Mall Grand Indonesia?

### 1.4 Batasan Penelitian

Batasan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Objek penelitian ini adalah HaiDi Lao Hot Pot di Mall Grand Indonesia
2. Subyek penelitian ini adalah pelanggan yang pernah mengunjungi dan makan di restoran Hai Di Lao Hot Pot di Mall Grand Indonesia.
3. Variabel penelitian yang digunakan promosi penjualan, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.
4. Waktu pelaksanaan dilakukan penelitian ini pada bulan November 2022 – Februari 2023.

### 1.5 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah dan batasan penelitian di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut ini:

“Apakah Promosi Penjualan dan Kualitas Layanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan HaiDiLao Hot Pot di Mall Grand Indonesia?”