



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Makanan merupakan kebutuhan pokok yang dibutuhkan manusia selama hidupnya. Setiap manusia pasti akan makan, tidak mungkin bagi seorang manusia untuk tidak memenuhi kebutuhan makanan. Makanan merupakan sumber energi yang sangat penting bagi semua makhluk hidup. Manusia tidak dapat hidup tanpa makanan dan cairan.

Karena makanan sangat penting bagi tubuh, makanan merupakan kebutuhan dasar manusia yang harus selalu dipenuhi. Makanan harus diolah dengan baik agar bermanfaat bagi tubuh. Makanan sangat penting untuk pertumbuhan tubuh, kebutuhan energi, dan pertahanan terhadap penyakit. (Edelweis, 2022)

Peningkatan konsumsi rumah tangga merupakan pendorong utama perekonomian Indonesia, dan sektor industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang memiliki tingkat pertumbuhan terkuat. Meningkatnya pendapatan pribadi dan konsumsi makanan dan minuman yang lebih tinggi, terutama dari populasi kelas menengah yang terus meningkat, adalah pendorong utama pertumbuhan penjualan. Oleh karena itu, bisnis lokal di sektor *food and beverage* cenderung sangat ambisius dan telah menjadi lini bisnis yang makmur. Pada saat yang sama, karena konsumen Indonesia menjadi lebih mudah menerima masakan dan cita rasa baru, maka banyaknya bisnis makanan menjamur di Indonesia dengan berbagai macam jenis makanan.

Pergeseran gaya hidup di daerah perkotaan di Indonesia sebagian besar disebabkan oleh tren pasar, di mana para pekerja kantoran menginginkan makanan yang sehat maupun cepat, karena mereka tidak memiliki banyak waktu atau keinginan untuk menyiapkan makanan di rumah. Yang paling penting, konsumen sekarang

© Hak Cipta milik IBI KGG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Insitut 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 IBIKGG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.



memiliki akses ke berbagai macam produk yang lebih luas karena infrastruktur ritel yang berkembang di Indonesia, dengan mulai berkembangnya restoran *fast food*, yang berkembang lebih jauh dan masuk ke setiap daerah-daerah di Indonesia. Distribusi barang-barang yang mudah rusak, seperti makanan beku dan makanan *fast food* di seluruh nusantara menjadi lebih mudah dengan adanya logistik yang lebih baik. (Nurita Sari, 2022).

Makanan cepat saji atau yang biasa disebut *fast food* kini menjadi pilihan bagi masyarakat yang ingin serba praktis dan tidak mempunyai waktu untuk menyajikan makanannya sendiri. Seiring dengan perkembangan zaman, usaha makanan mulai banyak jenisnya mulai dari *western, chinese, japanese dan korean food*. Bukan hanya makanan Indonesia yang banyak digemari masyarakat tetapi juga makanan luar negeri seperti Amerika, Eropa, Korea, China dan Jepang. Hal itulah yang kini membuat semakin mudahnya restaurant cepat saji ditemukan di Indonesia.

Ada banyak restoran Jepang yang terkenal di Indonesia, namun salah satu restoran cepat saji yang kini menjamur dan semakin populer adalah restoran yang menyajikan makanan Jepang. Khususnya, Hokben, sebuah restoran Jepang yang terkenal di Jakarta. Hokben adalah salah satu restoran Jepang yang disukai oleh masyarakat (Hampir semua kalangan). Hokben adalah merek waralaba makanan cepat saji yang menyajikan masakan Jepang dan berdiri di bawah PT Eka Bogainti yang berlokasi di Jakarta,.

Nama Hokben yang sebelumnya adalah Hoka Hoka Bento sendiri berasal dari bahasa Jepang yang berarti ‘Makanan hangat dalam boks’. Hokben menyajikan makanan Jepang dengan harga relatif terjangkau serta suasana yang nyaman. Hal ini menjadikan Hokben sebagai restoran dengan konsep “*Japanese Fast Food*” terbesar di Indonesia.



Hal itu dibuktikan dengan munculnya nama Hokben di posisi keempat dan satu-satunya restoran yang menyajikan makanan Jepang dalam Top Brand Restoran Fast Food berdasarkan kepada data tahun 2022.

Tabel 1. 1
Top Brand Restoran Fast Food

Merek	Top Brand Index	TOP
KFC	40,7%	TOP
MCD	29,9%	TOP
Hokben	9,8%	
Burger King	8,9%	
Richeese Factory	4,9%	

Sumber: Top Brand Award (www.topbrand-award.com)

HokBen yang merupakan pemain senior di dalam bisnis *food and beverage* di Indonesia. Karena tidak ada restoran cepat saji Jepang di Indonesia pada saat itu, pada tahun 1985, Hendra Arifin selaku pendiri HokBen., pemilik dari PT Eka Bogainti, tertarik untuk membuat suatu makanan Jepang dan membawanya ke Indonesia. Setelah melakukan perbandingan ke Jepang, Hendra membeli lisensi untuk menggunakan nama Hoka Hoka Bento. Saat ini, Eka Bogainti sepenuhnya memiliki hak cipta merek HokBen. Perusahaan serupa di Jepang yang menggunakan merek yang sama sudah tidak ada lagi. (Wiratech Group).

Setiap usaha makanan pasti mempunyai ciri khasnya tersendiri mulai dari kualitas produk tersebut, kenyamanan lokasi dan kualitas layanan, hal ini yang menjadikan bahan pertimbangan serta daya tarik pelanggan untuk masuk ke dalam kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan tersebut. Maka dari

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI 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.



itu karena hal ini yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana pelanggan dapat mengambil keputusan terhadap pemilihan restoran terbaik versi mereka (pelanggan) di tengah banyaknya persaingan merek usaha *food and beverage* yang ditawarkan di Indonesia.

Terutama Hokben, karena dari sekian banyak jenis restoran *fast food* peneliti tertarik untuk meneliti merek Hokben. Peneliti ingin melihat bagaimana konsumen Hokben membuat dan mengambil keputusan untuk memilih makan di restoran tersebut terlebih dari sekian banyaknya restoran yang tersedia.

1.2 Identifikasi Masalah

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

- 1) Apa saja variasi menu yang diberikan untuk memenuhi *line-up* produk dari HokBen Kelapa Gading untuk memahami keinginan konsumen agar mendapatkan kualitas yang baik?
- 2) Apa yang menjadi daya tarik HokBen Kelapa Gading terhadap para pesaingnya.
- 3) Bagaimana kualitas layanan yang diberikan Hokben Kelapa Gading kepada pelanggan nya ?
- 4) Apakah kualitas produk dari Hokben Kelapa Gading berpengaruh kepada kepuasan pelanggan nya?
- 5) Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Hokben di Kelapa Gading ?

1.3 Batasan Masalah

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



- 1) Apakah kualitas produk dari Hokben Kelapa Gading berpengaruh kepada kepuasan pelanggan nya?
- 2) Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Hokben di Kelapa Gading ?

1.4 Batasan Penelitian.

Penelitian yang akan dilakukan peneliti memiliki batasan-batasan sebagai berikut :

- 1) Penelitian ini akan di lakukan di restoran HokBen Kelapa Gading.
- 2) Objek yang akan di teliti adalah kualitas produk dan layanan terhadap pelanggan di HokBen Kelapa Gading.
- 3) Penelitian ini berfokus kepada pelanggan yang memilih untuk membeli makanan nya di Hokben terutama di daerah Kelapa Gading.

1.5 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dijabarkan diatas, maka menghasilkan rumusan masalah dari penelitian ini adalah “ Apakah kualitas produk dan kualitas layanan dari HokBen berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Hokben di Kelapa Gading? ”

1.6 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diteliti, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

- 1) Untuk mengetahui bagaimana kualitas layanan yang diberikan HokBen Kelapa gading terhadap pelanggan nya.
- 2) Untuk mengentahui kualitas produk yang diberikan HokBen Kelapa Gading kepada pelanggan nya.



1.7 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini, diantaranya :

1) Bagi Perusahaan

Penelitian yang diteliti di atas ini di harapkan bisa bermanfaat sebagai bahan masukan dan tambahan informasi yang dapat di pertimbangkan oleh perusahaan HokBen, sehingga nantinya dapat digunakan pada saat menentukan *Standard Operating Procedure* (SOP). Informasi serta penelitian yang telah dijabarkan di atas mengenai “Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di HokBen Kelapa gading” sehingga perusahaan dapat mengembangkan visi misi nya serta sektor usaha di bidang *food and beverage* ini menjadi lebih baik.

2) Bagi pembaca

Adanya penelitian ini dapat menjadi referensi ilmu pengetahuan dan wawasan pembaca. Dan juga, penelitian ini dihaarapkan dapat bermanfaat bagi peneliti lain yang sedang meneliti bidang kajian yang sama, dapat digunakan sebagai bahan referensi serta pembanding dalam melakukan penelitian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta milik IBI KKG (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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.