



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

J.Co Donuts and Coffee merupakan franchise lokal yang menyajikan donat dan kopi dalam berbagai varian rasa. pencinta donat sering mengunjungi J.Co Donuts and Coffee. dan merupakan perusahaan lokal yang telah menyempurnakan konsep luar negeri yang kualitas terbaik. Terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada J.Co Donuts and Coffee dilakukan untuk keperluan penelitian tambahan.

Sering dengan berjalannya teknologi, kegiatan dan kebutuhan manusia semakin beragam. Salah satu kebutuhan tersebut adalah makanan. Untuk melakukan berbagai aktivitas, diperlukan nutrisi yang lengkap. industri makanan berkembang pesat dari daerah perkotaan karena preferensi yang berbeda dari setiap jenis makanan. J.Co Donuts and Coffee yang bisa ditemukan di Mall Kelapa Gading adalah salah satunya.

**Tabel 1. 1**

**Top Brand Index Kategori Donuts**

No	Merek	TOP BRAND INDEX(%)			TOP
		2018	2019	2020	
1	Dunkin Donuts	39,90%	42,6% 4	43.3%	TOP
2	J.Co Donuts	46,70%	43,20%	43.4%	TOP

Sumber: [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)

© Hak cipta dilindungi Undang-undang  
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya 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.

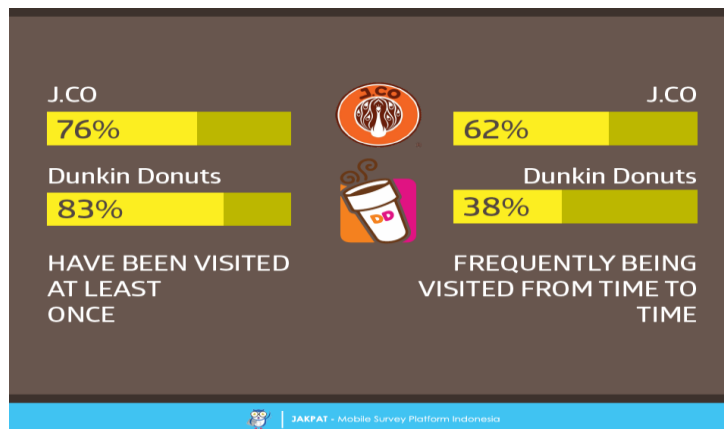


Pada Tabel 1.1 Presentase top brand index selama tiga tahun terakhir J.Co Donuts memang masih menempati posisi pertama, dan Dunkin's Donuts menempati posisi kedua. Namun apabila dilihat dari nilai presentase keduanya, dari tahun 2018 sampai tahun 2020 J.Co Donuts mengalami penurunan dari 46,7% menjadi 43,4% sedangkan Dunkin's Donuts justru mengalami peningkatan yaitu dari 39,9% menjadi 43,3%.

Dan tambahan banyak aoutlet dibuka dari waktu kewaktu. pencinta makanan yang bulat dan manis Survei ini diawali dengan tingkat kesadaran masyarakat Indonesia terhadap Dunkin's Donuts dan J.CO Donuts. Rupanya Dunkin' masih memiliki tingkat awareness yang lebih tinggi dibandingkan J.CO (95% VS 88%), mungkin karena brand Dunkin' sudah ada jauh lebih awal dari J.CO. Selanjutnya, mengenai frekuensi kunjungan, lebih banyak orang yang pernah ke Dunkin' daripada J.CO setidaknya sekali (83% VS 76%). Sebaliknya, ketika kami menanyakan toko donat mana yang sering mereka kunjungi, mereka memilih J.CO daripada Dunkin' (62% VS 38%).

Gambar 1. 1

### Dunkin' Donuts and J.CO Donuts





Sumber:(blog.jakpat.net)

### © Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian GIE)

Saat ini ,memastikan pelanggan tidak puas adalah masalah besar bagi perusahaan, termasuk bisnis waralaba.setiap bisnis sangat peduli untuk memastikan persaingan dengan berbagai macam diferensi produk.selain itu,kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam membangun kemitraan jangka panjang dan mendorong pelanggan untuk kembali membeli di masa depan.pelanggan di J.Co Donuts and Coffee dapat megarapkan donat yang dapat memenuhi berbagai kebutuhan, seperti yang di uraikan di bawah ini agar dapat bersaing dengan pesaing lebih mengutamakan peningkatan kepuasan pelanggan. Banyak variasi menu berdasarkan ukuran porsi dan kemasan yang sangat menarik.

Berdasarkan uraian di atas, penulis mengangkat judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Layanan J.Co Donuts Dan Coffee di Mall Kelapa Gading”

### **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latarbelakang diatas penulis mengidentifikasi beberapa masalah, yaitu sebagai berikut :

1. Seberapa baik kualitas produk dari J.Co Donuts Dan Coffee Mall Kelapa Gading?
2. Seberapa baik kualitas layanan dari J.Co Donuts Dan Coffee Mall Kelapa Gading?
3. Sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan dari J.Co Donuts Dan Coffee Mall Kelapa Gading?
4. Apakah kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan J.Co Donuts Dan Coffee Mall Kelapa Gading?

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Penugutan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Penugutan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



5. Apakah kualitas layanan memengaruhi kepuasan pelanggan J.Co Donuts Dan Coffee Mall Kelapa Gading?

### C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka penulis membatasi masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Seberapa baik kualitas produk J.Co Donuts Dan Coffee Mall Kelapa Gading?
2. Seberapa baik kualitas layanan dari J.Co Donuts Dan Coffee Mall Kelapa Gading?
3. Sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan dari J.Co Donuts Dan Coffee Mall Kelapa Gading?
4. Apakah kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan J.Co Donuts Dan Coffee Mall Kelapa Gading?
5. Apakah kualitas layanan memengaruhi kepuasan pelanggan J.Co Donuts Dan Coffee Mall Kelapa Gading?

### D. Batasan Penelitian

Batasan penelitian yang diterapkan peneliti untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian ini adalah J.Co Donuts Dan Coffee Mall Kelapa Gading.
2. Subjek penelitian ini adalah pelanggan yang pernah datang untuk membeli produk J.Co Donuts Dan Coffee Mall Kelapa Gading.
3. Wilayah penelitian : Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara
4. Waktu penelitian : November 2022 – Februari 2023



## E. Rumusan masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut, dengan mempertimbangkan keterbatasan masalah dan penelitian tersebut diatas :

“Apakah kualitas produk,dan kualitas layanan J.Co Donuts Dan Coffee memegaruhi kepuasan pelanggan di Mall Kelapa Gading”.

## F. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah batasan masalah yang telah disebutkan diatas sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas produk J.Co Donuts Dan Coffee Mall Kelapa Gading.
2. Untuk mengetahui kualitas layanan produk J.Co Donuts Dan Coffee Mall Kelapa Gading.
3. Untuk mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan produk J.Co Donuts Dan Coffee Mall Kelapa Gading.
4. Untuk menguji apakah kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan J.Co Donuts Dan Coffee Mall Kelapa Gading.
5. Untuk menguji apakah kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan J.Co Donuts Dan Coffee Mall Kelapa Gading.

## G. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Perusahaan
  - a. Mengetahui bagaimana tanggapan pelanggan terhadap kualitas produk J.Co Donuts Dan Coffee di Mall Kelapa Gading.



- b. Mengetahui bagaimana tingkat kepuasan pelanggan J.Co Donuts Dan Coffee kelapa gading
- c. Menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk tujuan perusahaan jangka panjang.
- d. Perusahaan agar dapat mempengaruhi meningkatkan promosi yang baik supaya meningkatkan kepuasan pelanggan.
- e. J.Co Donuts Dan Coffee Mall Kelapa Gading harus lebih meningkatkan kualitas produk dan kualitas agar dapat membangun kepuasan pelanggan.

#### Manfaat Akademis

a. Bagi Pembaca

Sebagai bahan referensi dalam memecahkan masalah yang berkaitan dengan masalah yang dikaji dalam penelitian ini, juga sebagai acuan dan bahan bagi pihak-pihak yang mengadakan penelitian lanjutan pada masalah yang sama.

b. Bagi peneliti

Memperoleh ilmu dan pengalaman langsung dari bidang pemasaran melalui studi kasus yang dipelajari di lapangan, dengan harapan dapat meningkatkan kepuasan penulis kedepannya



Hak cipta milik IBI KKG (Institut 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 IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.