

BAB I PENDAHULUAN

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A. Latar Belakang Masalah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Pada era globalisasi ini, persaingan dari semua sektor usaha di pasar domestik maupun internasional sangatlah ketat. Namun agar sebuah perusahaan dapat memenangkan persaingan dan meningkatkan penjualan secara kontinuitas, perusahaan harus selalu menentukan strategi pemasaran yang tepat dan juga merencanakan. Untuk memenangkan persaingan di zaman modern ini, perusahaan dituntut untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas dari produk atau jasa yang bertujuan untuk memuaskan konsumen. Tingkat persaingan antar perusahaan juga semakin ketat. Untuk menghadapi persaingan yang ketat ini, perusahaan harus mampu menciptakan sebuah produk yang berbeda dan unggul dibandingkan dengan pesaing lainnya yang mampu membuat konsumen merasa puas dan sehingga menciptakan loyalitas konsumen.

Seiring berjalannya waktu, kebutuhan manusia akan suatu produk atau jasa, terutama makanan pun semakin berkembang. Makanan merupakan kebutuhan mutlak yang diperlukan oleh manusia untuk mendukung seluruh aktivitasnya. Dewasa ini, aktivitas manusia untuk menghabiskan waktunya pun beragam seperti makan dan minum sambil mendengarkan musik atau santai dan berbincang-bincang dengan kerabat maupun keluarga. Banyak sekali perusahaan atau pun individu yang menjadikan perkembangan di era *modern* ini untuk mencari penghasilan dengan menciptakan sebuah bisnis kuliner dengan berbagai citra rasa dan pengalaman yang berbeda.

Bisnis makanan dan minuman (*food and beverage*) adalah salah satu jenis

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.



usaha yang paling diminati di Indonesia. Hal ini didasari oleh kebutuhan manusia akan pangan. Namun seiring berkembangnya zaman, kebutuhan manusia akan makanan dan minuman menjadi sangat beragam yang mengharuskan perusahaan untuk berinovasi dan meningkatkan kualitasnya. J.CO Donuts & Coffee adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bisnis kuliner yang menawarkan produk yang bervariasi. Konsep J.CO Donuts & Coffee berbeda dengan gerai donat lainnya seperti konsep *open kitchen* dimana konsumen dapat melihat pembuatan donut. *Brand* J.CO Donuts & Coffee, memiliki inovasi yang tidak dimiliki oleh salah satu pesaingnya seperti Dunkin Donut, yang membuat J.CO Donuts & Coffee menjadi lebih unggul dibandingkan pesaing lainnya.

Dari hasil polling yang dibuat oleh Angelandlucifer (2013), persentase orang yang memilih J.CO adalah sebanyak 58,45%, sedangkan yang memilih Dunkin' Donuts sebanyak 19,35%, dan sisanya sebesar 22% yang mengaku suka keduanya. Tidak sedikit komentar berdatangan yang menyebutkan bahwa J.CO Donuts and Coffee lebih menarik dibandingkan dengan Dunkin Donut. Warganet lebih memilih J.CO Donuts & Coffee, dengan menyinggung kualitas produk dari J.CO Donuts & Coffee yang mengatakan bahwa tekstur donat lebih nikmat dibandingkan dengan Dunkin Donut.

Pada tahun 2005, J.CO Donuts & Coffee membuka gerai pertamanya di Supermal Karawaci, Tangerang. Dalam waktu 1 tahun, J.CO Donuts & Coffee berhasil membuka gerai-gerainya di Indonesia dengan total karyawan mencapai 450 orang. Saat ini, J.CO Donuts & Coffee telah memiliki gerai resminya di beberapa kota besar seperti Jakarta, Makassar, Surabaya, Bandung, dan Pekanbaru. Pada tahun 2007, J.CO Donuts & Coffee berupaya untuk membuka gerainya di

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.



Singapura, Australia dan Hongkong. Dengan konsep yang unik dan strategi pemasaran yang tepat, J.CO berhasil membuka dengan total 273 gerai di Indonesia dan luar negeri seperti Singapura, Filipina, Shanghai, dan Malaysia. Perkembangan penjualan donat dari J.CO Donuts & Coffee sangatlah pesat, dimana setiap tahunnya terdapat 80.000.005 juta donat terjual atau sekitar 220.000 butir donat terjual setiap hari.

Gerai J.CO Donuts & Coffee yang berada di wilayah Jakarta Utara selalu didatangi oleh pengunjung. Melihat kesuksesan dari J.CO Donuts & Coffee, penulis merasa tertarik untuk meneliti. Peneliti melakukan wawancara kepada 30 responden dimana peneliti menanyakan variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas konsumen. Penulis melakukan kegiatan wawancara kepada 30 konsumen yang telah mencicipi produk dari J.CO Donuts & Coffee di daerah Jakarta Utara.

Berdasarkan *preliminary research* yang telah dilakukan kepada 30 konsumen J.CO Donuts & Coffee, faktor-faktor yang membuat konsumen loyal terhadap J.CO Donuts & Coffee adalah kualitas produk, *store atmosphere* dan kesesuaian harga (Tabel 1.1). Penulis mendapatkan kesimpulan bahwa J.CO Donuts & Coffee memiliki kualitas produk yang bermutu dan sesuai dengan harga yang ditawarkan. J.CO Donuts & menawarkan produk yang berkualitas dan sesuai dengan selera konsumen sehingga konsumen merasa puas dan melakukan pembelian secara konsisten. Penulis juga mendapatkan kesimpulan bahwa *store atmosphere* J.CO Donuts & Coffee didesain dengan baik dan nyaman.

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.



Tabel 1.1

Hasil Preliminary Research

No	Pernyataan	Jumlah Respon	Persentase
1	Kualitas Produk	21	70%
2	<i>Store Atmosphere</i>	18	60%
3	Kesesuaian Harga	14	46.66%
	Total Responden	30	100%

Keterangan : Pilihan ganda dimana responden dapat memilih lebih dari satu variabel.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah dari penelitian

adalah :

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen J.CO Donuts & Coffee?
2. Bagaimana pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas konsumen J.CO Donuts & Coffee?
3. Bagaimana pengaruh kesesuaian harga terhadap loyalitas konsumen J.CO Donuts & Coffee?

C. Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis membatasi penelitian antara lain sebagai berikut:

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.



1. Responden merupakan konsumen yang telah mengonsumsi dan mendatangi gerai J.CO Donuts & Coffee.
2. Objek yang dijadikan penelitian adalah J.CO Donuts & Coffee.
3. Wilayah penelitian Jakarta Utara.
4. Penelitian dilakukan pada bulan Oktober 2019.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Pengaruh kualitas produk, *store atmosphere* dan kesesuaian harga terhadap loyalitas konsumen J.CO Donuts & Coffee di wilayah Jakarta Utara”

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan sebuah hasil yang ingin diperoleh dan dicapai oleh penulis dalam memecahkan sebuah permasalahan yang telah dirumuskan.

Melalui penelitian ini, penulis berharap dapat memperoleh sebuah gambaran yang secara garis besar dapat memberikan sebuah rumusan mengenai pengaruh kualitas produk, *store atmosphere* dan kesesuaian harga terhadap loyalitas konsumen J.CO Donuts & Coffee. Adapun beberapa tujuan yang ingin dicapai dari pelaksanaan penelitian ini :

1. Untuk mengetahui dan memahami pengaruh dari kualitas produk terhadap loyalitas konsumen J.CO Donuts and Coffee di wilayah Jakarta Utara.
2. Untuk mengetahui dan memahami pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas konsumen J.CO Donuts and Coffee di wilayah Jakarta Utara.

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.



3. Untuk mengetahui dan memahami pengaruh kesesuaian harga terhadap loyalitas konsumen J.CO Donuts and Coffee di wilayah Jakarta Utara.

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

F. Manfaat Penelitian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Bagi perusahaan

Penulis berharap perusahaan dapat menjadikan penulisan ini sebagai saran atau masukan dalam upaya perusahaan untuk mempertahankan loyalitas konsumen.

- Bagi penulis

Penelitian ini merupakan salah satu syarat kelulusan untuk penulis dalam memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Penelitian ini merupakan sebuah kesempatan bagi penulis untuk menerapkan ilmu, baik teori maupun praktek yang telah diperoleh selama masa perkuliahan di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie .

- Bagi pihak lain

Penulis berharap penelitian ini dapat menjadi sebuah informasi yang berguna bagi pihak lain yang telah membaca penelitian ini, serta berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan, dan dapat menjadi referensi untuk penelitian di masa yang akan datang.

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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.