

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia kuliner baik yang berorientasi pada minuman khususnya *ice cream* kini berkembang pesat. Selama ini usaha *ice cream* masih banyak diminati kalangan usaha pada umumnya dan diminati kalangan masyarakat pada khususnya, apa lagi produk *ice cream* dapat dinikmati oleh berbagai usia serta terus mengikuti tren modifikasi ala zaman dahulu ke zaman sekarang dengan kata lain mengikuti perkembangan zaman yang mana produk ini tidak mau kalah saing dengan produk lain yang selama ini ada dipasaran dan terus digemari oleh banyak orang.

Hal ini membuat para pengusaha berlomba untuk menjadi yang terdepan dalam bidangnya. Kondisi ini memacu para pengusaha kuliner khususnya *ice cream* untuk menetapkan orientasi kepuasan konsumen sebagai tujuan utamanya untuk menjaga kelangsungan perusahaan tersebut. Kepuasan konsumen adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidak sepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan (Tjiptono, 2014:353). Dengan kondisi persaingan yang semakin tinggi antar perusahaan, setiap perusahaan saling berpacu untuk memperluas pasar. Harapan dari adanya perluasan pasar

secara langsung adalah meningkatnya penjualan, sehingga perusahaan akan memiliki lebih banyak pelanggan. Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk berkualitas. Kualitas produk adalah salah satu posisi utama dalam suatu pemasaran (Kotler dan Armstrong 2012:230). Sehingga perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan, hal ini dimaksudkan agar seluruh barang atau jasa yang ditawarkan akan mendapat tempat yang baik dimata masyarakat selaku konsumen dan calon konsumen.

Saat ini dapat dilihat makin banyak cafe, rumah makan, dan bahkan warung tenda bermunculan di berbagai tempat di kota Jakarta baik yang berlokasi di dalam sebuah mall atau pusat perbelanjaan, di pinggir jalan raya maupun didaerah perumahan. Dengan makin maraknya persaingan antar usaha kuliner saat ini, menuntut para pemilik usaha kuliner untuk selalu memperhatikan kualitas produk dan pelayanannya agar mampu mempertahankan kepuasan pelanggannya.

Ice cream Aunty 99 adalah salah satu jenis gerai yang menjual produk *ice cream* di pusat perbelanjaan atau mall yang merupakan gerai *ice cream* yang menjual beberapa macam produk jual yang berbahan dasar *ice cream* antara lain *cup & cones, sundae & splits, fountain drinks, ice cake* dengan berbagai variasi rasa, berlokasi di pusat perbelanjaan mall Lippo Plaza Kramatjati Indah di jalan Raya

Bogor Kramatjati, lokasi gerai *ice cream* ini terbilang strategis dikarenakan dekat dengan permainan anak-anak serta dekat dengan eskalator sehingga dengan mudah dijangkau oleh para pengunjung mall, dengan desain gerai yang dibuat sederhana, tempat duduk yang dibentuk mengelilingi gerai mempermudah para konsumen atau pembeli untuk cepat berkomunikasi dengan karyawan disana, adanya *banner* yang *full colour* yang berisi mengenai harga dan *display* produk menu-menu yang dijual dig gerai *ice cream* membuat para konsumen semakin tertarik untuk mengunjunginya serta, informasi promosi yang berada dibasment papan *announcement* membantu informasi mengenai keberadaan gerai *ice cream* Aunty 99, sehingga pengunjung yang tidak berada di lokasi *ice cream* dapat mengetahui tentang keberadaan gerai *ice cream* Aunty 99 di mall lippo plaza kramatjati tersebut.

Dalam menjalankan usahanya, pihak Aunty 99 memiliki visi menjadi perusahaan terdepan dalam melayani dan memberikan hidangan yang berkualitas bagi setiap pelanggan. Sedangkan misi dari Aunty 99 adalah meningkatkan sales, meningkatkan produktivitas, meningkatkan efisiensi, menjadi tempat terbaik untuk pembeli, memberikan service yang terbaik kepada pembeli, memberikan pelayanan yang baik, sopan dan ramah, menyediakan produk yang terbaik dan menjadikan konsumen Aunty 99 sebagai bagian dari

perusahaan yang harus terus diberikan pelayanan pada setiap kesempatan

Munculnya kompetitor sejenis membuat persaingan penjualan *ice cream* memerlukan kualitas produk yang cukup tinggi. Kualitas produk yang dirasakan pelanggan akan menentukan suatu persepsi terhadap kinerja perusahaan, yang pada gilirannya akan berpengaruh pada kepuasan konsumen. Fungsi kualitas dari suatu produk merupakan fokus perhatian konsumen, kebutuhan pelanggan yang terus meningkat dan didasari oleh tingkat persepsi yang semakin tinggi, cenderung menuntut pelayanan secara pribadi dan ikut dilibatkan dalam pengembangan suatu produk. Pelayanan bisa dipandang sebagai sebuah system yang terdiri atas dua komponen utama yakni, *service operations* dan *service delivery* (Tjiptono, 2012:4)

Hal inilah yang menjadi dasar pemikiran untuk tetap memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen dalam segala perubahan sehingga tidak akan berpaling ke produk *ice cream* pesaing. Dengan adanya *kompetitor* maka dapat meningkatkan motivasi usaha bisnis dalam peluang meningkatkan profit usaha yang terus berinovasi terhadap produk sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen untuk memilih membeli produk *ice cream* di Aunty 99 dibanding gerai lainnya yang sama menjual produk sejenis, dengan keberadaan *kompetitor* maka gerai ini harus siap bersaing dengan usaha bisnis yang menjual produk sejenis terus meningkatkan pelayanan yang prima bagi

konsumen yang akan mempengaruhi terhadap keputusan setelah pembeli.

Adanya asumsi bahwa merek terkenal lebih dapat diandalkan, selalu tersedia dan mudah dicari, dan memiliki kualitas yang tidak diragukan, sehingga merek yang lebih dikenal lebih sering dipilih konsumen daripada merek yang tidak, ini kendala yang dihadapi oleh usaha bisnis *ice cream* ini karena konsumen menilai kualitas produk dari *brand* sehingga gerai terus meningkatkan pelayanan yang baik dan terus berinovasi dalam menciptakan produk *ice cream* yang akan ditawarkan kepada pengunjung mall agar *ice cream* Aunty 99 dapat dikenal.

Dengan memberikan promosi seperti *free topping* dimana di usaha sejenis lainnya mereka menggunakan biaya untuk mendapatkan topping serta dengan membagikan brosur kepada pengunjung mall agar mendapatkan informasi mengenai produk apa saja yang dijual di gerai *ice cream* Aunty 99 tersebut digunakan untuk menarik minat pembeli, karena letak gerai ini di dalam mall *omset* yang akan diperolehnya terpengaruh oleh seberapa banyak pengunjung mall tersebut sehingga gerai *ice cream* Aunty 99 sangat memanfaatkan hari dimana pengunjung mall sedang ramai seperti hari besar dan *weekend* dengan memulai memperkenalkan kualitas produk dan pelayanan yang ramah seperti mengutamakan senyum kepada pengunjung mall

agar pengunjung dapat tertarik untuk datang ke gerai dan membeli produk yang dipasarkan.

Keberadaan pembeli setia yang tentunya sangat mempengaruhi pendapatan usaha bisnis ini nantinya adalah dari hasil kepuasan konsumen pasca pembelian. Kepuasan konsumen merupakan cerminan penilaian seseorang terhadap kinerja produk yang anggapannya atau hasil dalam kaitannya dengan ekspektasi. Jika ekspektasi kinerja produk tersebut tidak memenuhi ekspektasi, maka pelanggan akan merasa tidak puas, dan begitu pula sebaliknya apabila kinerja produk memenuhi hingga melebihi ekspektasi maka konsumen akan puas. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan kinerja pelayanan yang diterima dengan harapan sebelumnya. Kepuasan pelanggan dapat diciptakan melalui pelayanan yang berkualitas tinggi. Oleh karena itu Aunty 99 selalu berupaya agar konsumennya tetap setia dengan memfokuskan hal tersebut pada kualitas mengingat masih terdapat keluhan – keluhan dari konsumen mengenai keterlambatan penyajian maupun terdapat produk tidak sempurna atau cacat seperti *cone* atau *waffle* yang pecah namun tetap disajikan, kurangnya tanggap karyawan dalam melayani konsumen untuk mengatasinya Aunty 99 terus meningkatkan kualitas produk dan pelayanan agar mencapai harapan konsumen dan merasa puas akan produk yang telah dibelinya.

Berdasarkan latar belakang uraian diatas maka penulis tertarik membuat skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Gerai *Ice cream Aunty* 99 Lippo Plaza Kramatjati Jakarta Timur”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan penulis mengidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut:

1. Banyaknya kompetitor karena gerai berada di pusat perbelanjaan menjadikan tantangan bagi usaha ini untuk meningkatkan inovasi dalam menciptakan kualitas.
2. Kualitas produk yang dirasakan dari bentuk, aroma serta citra rasa menentukan suatu persepsi terhadap kinerja perusahaan, yang pada gilirannya akan berpengaruh pada kepuasan konsumen.
3. Kurangnya sikap dan perilaku karyawan dalam melayani konsumen seperti menyapa konsumen dengan sopan dan ramah serta cara berpakaian yang mempengaruhi konsumen untuk dapat atau tidak melakukan pembelian lagi.
4. Asumsi merek oleh para pengunjung mall terhadap merek yang sudah terkenal menghambat perkembangan usaha bisnis sehingga usaha ini terus meningkatkan kualitas produk dan pelayanan bersahabat demi memenuhi kepuasan konsumen

C. Pembatasan Masalah

Tidak semua masalah dapat diidentifikasi karena keterbatasan biaya, waktu dan kemampuan penulis. Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah maka penulis membatasi masalah penelitian pada:

1. Kualitas Produk
2. Kualitas Pelayanan
3. Kepuasan Konsumen

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan pembatasan masalah penelitian yang telah penulis dikemukakan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah ada Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di gerai *ice cream* Aunty 99.
2. Apakah ada Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di gerai *ice cream* Aunty 99.
3. Apakah ada secara bersamaan mempengaruhi Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di gerai *ice cream* Aunty 99.

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen digerai *ice cream Aunty 99*.

F. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini penulis berharap kiranya dapat menjadikan kontribusi positif untuk meningkatkan wawasan keilmuan dan bermanfaat bagi siapapun yang membutuhkan informasi.

1. Kegunaan Secara Umum :

- a. Mengetahui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen dalam *ice cream Aunty 99*.
- b. Menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, serta kepuasan konsumen dalam memilih gerai *ice cream Aunty 99* sebagai tempat untuk menikmati *ice cream*.

2. Kegunaan Secara Khusus :

a. Bagi Peneliti :

- 1) Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administarsi Bisnis (S.Sos) pada Fakultas Ilmu Administrasi Niaga Universitas Respati Indonesia.
- 2) Menerapkan ilmu pengetahuan peneliti selama belajar di Fakultas Ilmu Administrasi Niaga Universitas Respati Indonesia.

3) Bagi penulis dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan dibidang pengelolaan bisnis.

b. Bagi Instansi :

1) Bagi Gerai *Ice cream* Aunty 99 penelitian ini dapat dipergunakan sebagai dasar untuk meningkatkan daya tarik pembeli dalam terus berinovasi menciptakan produk kualitas tinggi serta dapat meningkatkan pelayanan yang baik untuk mempengaruhi keputusan pasca pembelian agar tercapainya suatu kepuasan konsumen dengan tujuan untuk perkembangan bisnis tersebut.

2) Bagi perkembangan Ilmu Pengetahuan, diharapkan dapat menambah kekayaan penelitian Ilmiah dan juga merupakan langkah awal dalam pengembangan penelitian yang lebih mendalam dan sempurna.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah dan memahami antara bab yang satu dengan bab lainnya, maka sistematika penulisan skripsi ini, sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan

Pada Bab ini diuraikan tentang: latar belakang masalah, identitas masalah, pembatasan masalah, rumusan

masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika pembahasan.

Bab II : Tinjauan Pustaka

Pada bab ini akan diuraikan tentang: Deskripsi Teoritik, Pengertian Kualitas Produk, Pengertian Kualitas Pelayanan, Pengertian Kepuasan Konsumen, Hasil Penelitian yang Relevan, Kerangka Berpikir dan Hipotesis.

Bab III : Metodologi Penelitian

Pada bab ini akan dikemukakan tentang Jenis Penelitian, Tempat dan Waktu Penelitian, Populasi dan Sampel, Teknik Pengumpulan Data dan Teknik Analisis Data.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada Bab ini menguraikan tentang Gambaran Umum dan Unit Observasi, Sejarah Singkat gerai Aunty 99, Analisis dan Pembahasan, Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner, Karakteristik Responden, Pengujian Hipotesis dan Pembahasan.

BAB V : Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini akan dibuat resume dan kesimpulan dari pembahasan yang telah disampaikan oleh penulis dengan disertai saran-saran yang kiranya dapat bermanfaat.