

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi, dunia bisnis sedang dihadapkan pada pasar bebas yang setiap produk dari luar negeri dapat masuk dengan mudah ke Indonesia. Persainganpun akan bertambah banyak, tidak hanya berasal dari dalam negeri saja melainkan dari luar negeri. Terutama bidang industri pangan yang sudah lama menghadapi pasar bebas. Banyak restoran cepat saji atau yang biasa disebut juga *fast food* dari dalam luar negeri. Beberapa restoran *fast food* dari dalam negeri kalah bersaing dalam mengambil hati para pelanggan.

Dibalik keberhasilan perusahaan, pasti selalu ada konsumen yang menyukai produk yang dihasilkan perusahaan tersebut atau biasa dikatakan konsumen tersebut loyal terhadap produk makanan pada perusahaan tersebut. Loyalitas konsumen secara umum adalah perilaku konsumen yang menyukai atau mencintai produk atau restoran tersebut, yang dimana konsumen akan terus menerus dan berulang membeli produk tersebut untuk memenuhi kebutuhannya. Biasa dikatakan seperti seorang konsumen ingin membeli produk makanan Hokben disuatu Mall di Jakarta namun terdapat produk atau restoran makanan yang memiliki rasa yang sama, tetapi konsumen tersebut akan tetap membeli atau memilih produk dan restoran yang mereka inginkan.

Bukan hanya dilihat dari kepuasan konsumen saja, konsumen bisa dikatakan loyal terhadap produk. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen salah satunya kualitas produk. Beberapa konsumen akan loyal jika kualitas produk tersebut layak untuk dipakai atau dikonsumsi. Secara garis besar kualitas produk adalah penilaian terhadap produk dari layak atau tidaknya produk dikonsumsi konsumen untuk memenuhi kebutuhan. Seperti seorang konsumen menginginkan suatu produk makanan Hokben, dimana yang menjadi penilaian pertama dia adalah cap atau tanda dari LPPOM MUI (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia) yaitu halal atau tidaknya produk ini dikonsumsi.

Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena adanya rasa ketidakpuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Seperti halnya pelanggan Hokben Mall Taman Angrek, jika pelanggan puas terhadap pelayanan yang diberikan pada karyawan Hokben maka pelanggan tersebut pasti akan selalu membeli produk ditempat tersebut karena mereka sudah merasa nyaman untuk membeli produk makanan ditempat tersebut. Tetapi begitu juga sebaliknya jika pelanggan tidak merasa puas terhadap layanan yang diberikan karyawan Hokben maka pelanggan

tersebut pasti tidak akan kembali untuk membeli produk makanan di Hokben tersebut. Maka dari itu karyawan Hokben selalu memberikan layanan yang baik dan ramah agar terjadinya rasa nyaman yang dirasakan oleh para pelanggan Hokben Mall Taman Anggrek oleh karena itu kualitas layanan sangat penting bagi perusahaan karena untuk meningkatkan daya jual agar para pelanggan melakukan pembelian secara berkala dan tidak akan berpindah hati untuk merasakan masakan jepang yang disajikan oleh restoran baru, karena Hokben selain masakan yang enak layannyapun sangat memuaskan untuk para pelanggan Hokben Mall Taman Anggrek Jakarta Barat.

Hokben merupakan restoran yang sudah memiliki lebih dari 150 cabang di Indonesia. Hokben menyediakan makanan khas jepang ini didirikan oleh Hendra Arifin dibawah naungan PT.EKA BOGA INTI pada tanggal 18 April 1985. Namun Hokbben ini berasal dari bahasa jepang yang memiliki arti makanan hangat dalam boks. Pada dasarnya hokben tidak pernah mengganti produk yang sudah ada, bahkan Hokben mencoba untuk selalu menambah varian produk supaya para pelanggan dengan mudah untuk memilih pesanan. Produk dan layanan di Hokben menyajikan berbagai makanan jepang cepat saji, akan tetapi tidak seperti cara penyajian restoran cepat saji pada umumnya, gerai restoran ini disusun memanjang seperti buffet baja antikarat berpemanas, sambil memilih berbagai jenis pilihan makanan, minuman dan hidangan penutup.

Hokben Mall Taman Anggrek memiliki jumlah karyawan yang tidak sesuai dengan standar yang sudah ditemukan. Hokben Mall Taman Anggrek memiliki 15 karyawan untuk operasional 2 *shift* perhari dan 6 partime. Seharusnya memiliki 20 karyawan untuk operasional sesuai dengan standar. Hal ini disebabkan karena belum dibukanya lowongan kerja kembali oleh HRD pusat, sehingga Hokben Mall Taman Anggrek memaksimalkan karyawan yang ada untuk melayani dan memuaskan pelanggan agar para pelanggan tidak kecewa terhadap kualitas produk dan kualitas layanan yang karyawan Hokben berikan pada para pelanggan dan agar para pelanggan tidak berpindah kelain hati untuk merasakan makanan jepang di restoran lainnya.

Meskipun menampilkan diri sebagai restoran jepang, tetapi masakan jepang yang disajikan restoran ini telah disesuaikan dengan selera Indonesia, misalnya rasa yang kuat dan juga menyajikan sambal manis pedas yang digemari orang Indonesia. Restoran ini memang dirintis dan dimiliki oleh orang Indonesia, bukan jepang, sehingga memang tidak menawarkan masakan jepang otentik.



sumber: Nuran Wibisono, Hokben Indonesia, 2017

Gambar 1.1 Market Leader Restoran Cepat Saji Indonesia

Restoran cepat saji KFC mendapatkan polling tertinggi yaitu 55% dan juga mendapatkan kunjungan paling tinggi sebanyak 46% dan KFC menjadi urutan pertama di restoran cepat saji karena KFC mempunyai menu makanan yang paling murah diantara restoran lainnya, maka dari itu KFC memiliki polling yang paling tertinggi, dan yang menduduki peringkat kedua adalah MCD yang mendapatkan polling 27% dan mendapatkan kunjungan sebanyak 20,5% restoran cepat saji ini mendapatkan peringkat kedua dikarenakan restoran tersebut memiliki menu varian ice cream yang sangat banyak maka dari itu MCD sangat ramai dikunjungi oleh para pelajar karena harga yang murah dan terjangkau dan yang terakhir yaitu penilaian untuk HOKBEN sendiri memiliki polling terendah yaitu 5,8% dan mendapatkan kunjungan sebanyak 10%. Hal ini mengharuskan perusahaan HOKBEN untuk meningkatkan baik disisi kualitas produk maupun kualitas pelayanan agar dapat mempertahankan pelanggan yang sudah ada agar tetap loyal dan terus-menerus melakukan pembelian ulang, seperti selalu ramah pada pelanggan, cepat tanggap dalam menjawab pertanyaan pelanggan, memberikan layanan yang baik, membantu para pelanggan untuk memilih menu yang diinginkan dengan cara menanyakan serta menjelaskan menu-menu yang tertera pada daftar menu agar para pelanggan dapat memilih makanan yang tepat dan aman untuk mereka konsumsi agar pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh karyawan, oleh karena itu

HOKBEN harus meningkatkan layanan yang baik dan berkualitas untuk para pelanggan yang ingin makan di HOKBEN.

Tabel 1.1 Data Penjualan Hokben Mall Taman Anggrek 2015-2017

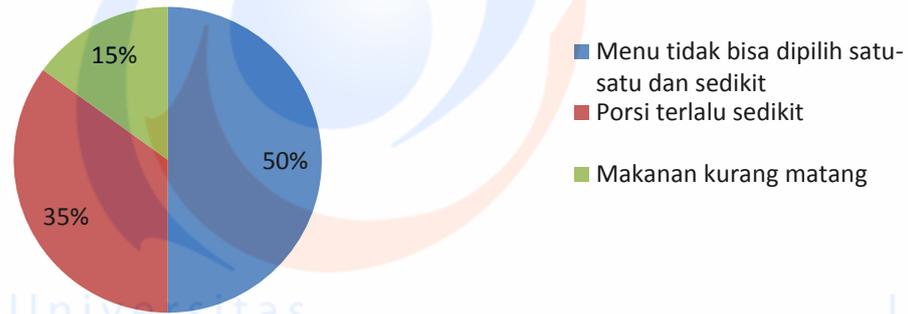
Bulan	Rupiah		
	2015	2016	2017
Januari	946,921,006	1,115,268,705	1,044,143,563
Februari	912,590,260	906,758,667	85,544,795
Maret	936,509,404	975,183,113	1,024,041,996
April	875,742,383	911,043,061	1,051,205,879
Mei	1,103,690,373	1,113,521,324	1,143,297,043
Juni	1,029,201,790	1,137,224,985	1,275,685,214
Juli	1,247,534,045	1,298,515,968	1,158,278,250
Agustus	931,056,320	956,822,467	878,148,898
September	805,242,805	923,919,836	946,209,618
Oktober	876,055,456	954,165,767	956,359,588
November	838,498,671	855,969,890	982,870,921
Desember	1,339,828,541	1,324,127,929	1,194,550,691
Total	11,842,871,054	12,472,521,712	12,509,966,456

Sumber: Data Olahan Penjualan Hokben Mall Taman Anggrek 2018

Hokben mengalami kenaikan pendapat disetiap tahunnya. pada tahun 2015–2016 Hokben mendapatkan pendapatan yang besar pada tahun 2016–2017 Hokben mendapatkan kenaikan pendapatan akan tetapi pendapatannya tidak lebih banyak dari pendapatan sebelumnya. Jumlah kenaikan yang tidak signifikan ini perlu dipelajari lebih lanjut dan telusuri serta dicari jalan keluar agar perusahaan Hokben dapat bangkit kembali dan mencapai kejayaan seperti sediakalah.

Kualitas pelayanan merupakan komponen yang terpenting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Dimensi kualitas pelayanan meliputi aspek fisik yaitu diantaranya meliputi penampilan fisik dan kenyamanan yang ditawarkan kepada pelanggan berkaitan dengan *layout* fasilitas fisik, realibilitas meliputi pelayanan karyawan yang tepat kepada pelanggan, interaksi personal disini mengacu pada kemampuan karyawan dan menumbuhkan kepercayaan pelanggan dan sifat sopan dan suka membantu, memecahkan masalah berkaitan dengan komplain dari pelanggan dan kebijakan.

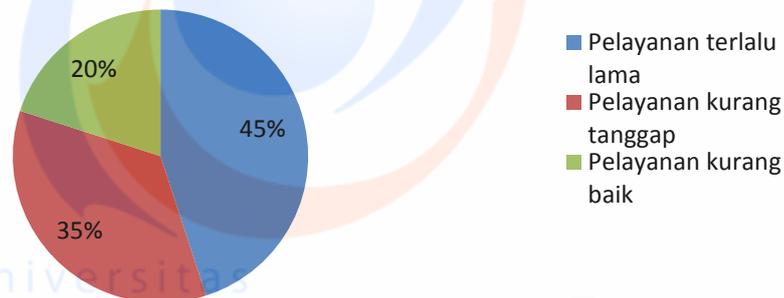
Hal ini di perkuat berdasarkan hasil *pra-survey*, yang dilakukan kepada 20 orang konsumen restoran Hokben Mall Taman Anggrek, yang sedang makan di Hokben Mall Taman Anggrek, maka diperoleh datanya sebagai berikut:



Sumber data : data hasil *pra-survey* 20 konsumen 2018

Gambar 1.2 hasil *pra-survey* kualitas produk Hokben Mall Taman Anggrek

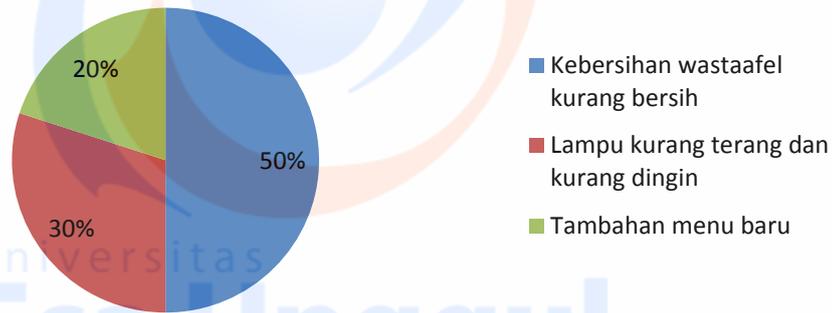
Konsumen Hokben Mall Taman Anggrek yang menjadi responden *pra-survey* yaitu sebanyak 20 konsumen. Dimana sebesar 50% menyatakan bahwa menu tidak bisa dipilih satu-satu dan sedikit. 35% menyatakan kualitas porsi makanan terlalu sedikit, 15% menyatakan makanan kurang matang atau tidak layak disajikan.



Sumber : data hasil *pra-survey* 20 konsumen 2018

Gambar 1.3 hasil *pra-survey* kualitas layanan Hokben Mall Taman Anggrek.

Konsumen Hokben Mall Taman Anggrek yang menjadi responden *pra-survey* yaitu sebanyak 20 konsumen. Dimana sebesar 45% menyatakan bahwa pelayanan terlalu lama. 35% menyatakan bahwa pelayanan kurang tanggap, 20% menyatakan bahwa pelayanan kurang baik.



sumber : data hasil *pra-survey* 20 konsumen 2018

Gambar 1.4 hasil *pra-survey* kepuasan pelanggan Hokben Mall Taman Anggrek.

Konsumen Hokben Mall Taman Anggrek yang menjadi responden *pra-survey* yaitu sebanyak 20 konsumen. Dimana sebesar 50% menyatakan bahwa kebersihan wastafel kurang bersih. 30% menyatakan bahwa lampu kurang terang dan Ac kurang dingin, 20% menyatakan perlu adanya tambahan menu baru.

Menyadari peran pentingnya pelanggan dan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap keuntungan, perusahaan berupaya mencari cara yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan agar para konsumen loyal pada produk makanan Hokben Mall Taman Anggrek, oleh karena itu Hokben Mall Taman Anggrek yang memberikan jasa makanan yang dituntut secara terus-menerus untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk agar dapat meningkatkan kepuasan dari pelanggan.

Melihat permasalahan di atas, penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan ini menjadi objek penelitian. Dimana penulisan mengangkat penelitian ini dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* (Pengunjung Hokben Study Kasus di Mall Taman Anggrek, Jakarta Barat)**”.

1.2 Identifikasi dan Pembatasan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Sulitnya memilih menu yang diinginkan sehingga menyebabkan menurunnya tingkat kepuasan konsumen Hokben Mall Taman Anggrek
2. Kurang tanggapnya pelayanan karyawan pada konsumen sehingga konsumen kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Hokben Mall Taman Anggrek
3. Kurang tanggapnya pelayan dalam menjaga hal kebersihan sehingga pelanggan tidak nyaman untuk makan di Hokben Mall Taman Anggrek

1.2.2 Batasan Masalah

Berdasarkan uraian yang tertulis dalam latar belakang penelitian memberi batasan masalah yang berfokus pada Kualitas Produk (X1), Kualitas Layanan (X2), Kepuasan Pelanggan (Z), Loyalitas Pelanggan (Y). Pengunjung Hokben Studi Kasus di Mall Taman Anggrek.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah diatas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Hokben Mall Taman Anggrek?
2. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Hokben Mall Taman Anggrek?
3. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Hokben Mall Taman Anggrek?
4. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Hokben Mall Taman Anggrek?
5. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Hokben Mall Taman Anggrek?
6. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan melalui loyalitas pelanggan Hokben Mall Taman Anggrek?
7. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan melalui loyalitas pelanggan Hokben Mall Taman Anggrek?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Hokben Mall Taman Anggrek.
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Hokben Mall Taman Anggrek.
3. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Hokben Mall Taman Anggrek.
4. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Hokben Mall Taman Anggrek.
5. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Hokben Mall Taman Anggrek.
6. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan melalui loyalitas pelanggan Hokben Mall Taman Anggrek.
7. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan pelanggan melalui loyalitas pelanggan Hokben Mall Taman Anggrek.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi pihak Restoran dan Pengelola

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada perusahaan Hokben sebagai bahan pertimbangan dalam membuat inovasi di waktu yang akan datang khususnya untuk mengetahui pentingnya pengaruh kualitas produk, kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen sehingga dapat menimbulkan hubungan baik antara produsen dan konsumen kedepannya.

2. Bagi penelitian lain

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan pada restoran Hokben untuk dapat meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan dan mengukur tingkat kepuasan pelanggan. Sehingga dapat memotivasi restoran Hokben agar memberikan pelayanan yang lebih baik lagi untuk kedepannya dan memperhatikan apa yang membuat pelanggan merasa terpuaskan.