

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah.

Perkembangan bisnis di era abad ke-21 telah berkembang sangat pesat dan mengalami metamorphosis yang berkesinambungan. Setiap pelaku usaha disetiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan di setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Tidak terkecuali usaha dalam penyajian makanan dan minuman (*Food service*) yang dimulai dari skala kecil seperti warung-warung tenda bisnis makanan berskala menengah seperti depot, rumah makan dan *caffe* sampai bisnis makanan yang berskala besar seperti restoran-restoran di hotel mewah.

Produk dan cita rasa pada restoran ini sudah dijamin rasa dan kualitas nya dan dapat memenuhi target pasar, tetapi tidak itu saja. Bertambahnya usaha dibidang kuliner di dukung dengan konsumen yang menginginkan inovasi-inovasi baru dibidang kuliner tetapi sebagian besar konsumen umumnya tidak hanya jenis makanan yang menjadi alasan konsumen dalam mengkonsumsi makanan di sebuah restouran tetapi konsumen juga mempertimbangkan merek yang mereka kunjungi. Dengan mereka mengunjungi restoran tersebut maka mereka akan mulai mempercayai merek tersebut atau dapat di sebut *Brand Trust*. Kepercayaan konsumen (*Trust*) terhadap perusahaan merupakan konsep yang sangat penting khususnya pada kondisi tingkat pesaing yang sangat ketat. Hal lain yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengunjungi sebuah restoran adalah suasana dari restoran tersebut. *Atmosphere*

restoran merupakan karakteristik fisik restoran yang digunakan untuk membangun kesan dan menarik pelanggan. Pengaruh keadaan restoran, seperti arsitektur, tata letak, penanda, pemajangan, warna, pencahayaan, *Temperature*, musik serta aroma, yang secara menyeluruh, akan menciptakan citra dalam benak konsumen. Setiap restoran mempunyai penampilan yang berbeda-beda. Suatu restoran harus membentuk suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya dan dapat menarik konsumen untuk membeli di restoran tersebut.

Yang paling penting, yang menjadi tujuan para pengusaha restoran kuliner adalah membuat konsumen puas atas hasil yang di sajikan. Kepuasan konsumen timbul apabila telah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan. Kepuasan konsumen dipandang sebagai konsep multi internasional yang melibatkan budaya, kemudahan sarana, aspek teknis dan interpersonal serta hasil akhir yang diterima.

Restoran dan rumah makan di Jakarta banyak yang berkembang pesat. Berikut adalah tabel nama restoran yang telah menjadi salah satu tujuan kuliner para wisatawan asing dan para pecinta *Japanesse food*, berbagai varian menu *sushi* dengan harga yang bervariasi disetiap menu *Sushi* dan memiliki menu handal yaitu *all you can eat* dan menjadikan *sushi* sebagai restoran *all you can eat* yang paling enak dan terkenal di Jakarta.

Table 1.1. Daftar nama restoran sushi terfavorit di Jakarta.

No	Nama Restouran	Alamat
1	ENMARU	The plaza, lt 6 Altitude jl. MH Thamrin Jakarta Pusat
2	SATOO	Hotel Shangri-La jl. Jendral Sudirman Jakarta Pusat
3	PIACATOR	Gandaria Citty jl. Sutan Iskandar Muda Jakarta Selatan
4	SUSHI JOOBU	Jl. Pesanggrahan No; 10G Jakarta Barat
5	KOBE	Pondok Indah Mall Jakarta Selatan
6	HUIZE VAN WELLY	Jl. Kemang Raya no: 45 AA, Kemang, Jakarta Selatan
7	SHABURI SHABU SHABU	Jl. Jendral sudirman SCBD Kebayoran Baru Jakarta Selatan.

Sumber : Itof, restoran sushi terfavorit di Jakarta Barat <http://m.keepo.me/balai-desa-chanel/7-restouran-all-you-can-eat-paling-enak-dijakarta.com>, Nopember 2015

Tempat yang nyaman, cita rasa serta beragam menu dan paket yang ditawarkan dari restoran yang membuat kosumen merasa puas merupakan tujuan dari perusahaan. Banyak penggemar *Japaneisse food* baik yang muda atau pun yang tua memilih tempat ini untuk menghabiskan waktunya untuk bersantai dan berkumpul bersama keluarga maupun kerabat dekat untuk sekedar *sharing*, makan siang ataupun malam menikmati cita rasa dan kenyamanan tempat serta menjadikan kosumen puas dengan kualitas yang disajikan oleh restoran.

Diantara restoran di daerah Pesanggrahan Jakarta Barat banyak yang memiliki daya tarik dan keunikan tersendiri, antara lain dengan dibuatnya *Atmosphere restouran* atau suasana dalam restoran yang dalam hal ini adalah suasana restoran yang dibuat dengan konsep sedemikian rupa yang berbeda dengan restoran-restoran lainnya, sehingga memiliki keunikan dan dapat menjadi kesan tersendiri dibenak kosumen

ketika konsumen masuk kedalam restoran tersebut. Walaupun restoran ini tidak terlalu terkenal dan populer di internet maupun di sosial media lainnya restoran *Sushi Joobu* selalu ramai pengunjung setiap harinya. Hasil wawancara yang didapat restoran ini telah meraih berbagai prestasi nasional seperti berikut:

1. Menu sushi yang disajikan diolah dari bahan-bahan yang sangat *fresh*
2. Terpilih sebagai koki terbaik dan terfavorite di stasiun televisi MNC TV, dan El shinta 2012
3. Tercatat dalam majalah Info Puri sebagai kuliner masakan Jepang yang mempunyai cita rasa yang enak disekitar Pesanggrahan Jakarta Barat 2011
4. Lebih dari 1000 pesta ulang tahun pernah dirayakan di Restouran Sushi Joobu.

Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada terutama pesaingan yang berasal dari bidang sejenis, membuat perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam menarik konsumen. Sehingga perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan hal yang membuat konsumen merasa puas dalam usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan.

Persaingan bukanlah suatu hal yang asing didalam dunia bisnis. Perusahaan harus dapat memberikan kepada pelanggan barang atau jasa yang mempunyai nilai lebih tinggi, dengan mutu lebih baik, harga lebih murah, fasilitas yang memadai dan pelayanan yang lebih baik dari pada pesaingnya atau dengan kata lain perusahaan harus mampu memuaskan konsumennya sehingga dapat menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

Modernisasi yang terjadi saat ini merupakan bagian dari keingintahuan manusia untuk terus berkreasi dan berinovasi dalam mewujudkan suatu hal yang baru, dengan demikian dapat dikatakan bahwa *Atmosphere restoran* yang kreatif dan inovatif merupakan bagian dari perkembangan teknologi dan informasi guna memicu konsumen untuk masuk kedalam restoran dan merasakan membeli yang nyaman dan memuaskan. Dengan demikian kreatifitas dituntut untuk dapat membuat konsumen tertarik masuk kedalam restoran dan setelah itu jika suasana didalam restoran membuat konsumen merasa nyaman, maka dapat membuat konsumen merasa puas dan berada lebih lama dalam restoran.

Sushi Joobu memiliki *Atmosphere* yang nyaman yang membuat konsumen merasa puas dengan desain yang tertata rapih disetiap meja makan. Namun fenomena yang terjadi adalah *set up* an meja di *sushi Joobu* memiliki ciri tersendiri yaitu disetiap meja dibuat *set up* dengan cara penataan *plast meat* (kertas sushi) yang brsikan alamat dan logo *joobu* lalu tissue yang di dalam nya terdapat *chopstick* (sumpit) diletakan dibagian atas dan *bnb* (mangkok kecil) diatas kanan tissue ada *okosara* (piring jepang) disebelah kirinya tidak harus menutupi alamat melainkan menutupi logo sushi yang ada di *plast meat* (kertas sushi) yang tersusun dengan rapih.

Sushi Joobu adalah salah satu restouran yang memadukan 2 konsep yaitu bagian belakang didesain dengan penataan *semi dinning room* yaitu gabungan antara suasana yang bergaya hutan bambu atau *Ryukan* yang ada di Jepang dengan tata ruang yang modern non AC sehingga dapat bersantai bersama keluarga dan kerabat dekat sembaring merokok atau menikmati suasana dan di bagian depan di desain seelegan

mungkin dengan gaya classic seperti di restoran-restoran Jepang pada umumnya dengan ruangan ber AC sehingga membuat kenyamanan tersendiri bagi konsumen sushi.

Dari fenomena tersebut peneliti ingin meneliti apakah keunikan *Atmosphere* restoran yang dimiliki sushi Joobu merupakan daya tarik yang dapat menggundang konsumen untuk berkunjung ke Sushi Joobu. Penelitian ini merupakan replikasi dengan modifikasi dari jurnal Deby Morisa ika Diana “ **Pengaruh Kualitas Layanan, Merchandise, Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen dan Trust distro Surabaya.**“ **Jurnal ilmiah Mahasiswa UPN Veteran Yogyakarta Vol.10. No.2. Tahun 2014.** Penelitian menggunakan jurnal tersebut sebagai replikasi dikarenakan masalah yang diteliti sedikit memiliki kesamaan variable , dalam jurnal tersebut variable yang digunakan adalah *Brand trust* , *Atmosphere* Restoran dan Kepuasan Konsumen digunakan untuk meneliti Restoran *Sushi Joobu* di Pesanggrahan Jakarta Barat. Berdasarkan uraian diatas, peneliti ingin melakukan penelitian tentang apakah *Brand trust* (kepercayaan) dan *Atmosphere* Restoran (suasana restoran) mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli sushi di Sushi joobu. Sehingga penelitian ini berjudul “ **Pengaruh *Brand Trust* (X_1) dan *Atmosphere* Restouran (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)” (**Studi Kasus Restouran Sushi Joobu Pesanggrahan Jakarta Barat**)”.**

1.2 Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dapat diidentifikasi permasalahan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Musik di Restoran Sushi Joobu perlu ada pembaharuan, sehingga dapat membuat konsumen lebih nyaman ketika musik di Restoran Sushi Joobu dimainkan.
2. Pencahayaan diruang belakang Restoran Sushi Joobu agak redup, sehingga konsumen kurang leluasa dalam melihat pemandangan didalam Restoran Sushi Joobu.
3. Pelayanan restoran sushi Joobu tidak jauh berbeda dengan yang berada dikawasan Pesanggrahan lainnya sehingga membuat konsumen kurang tertarik berlama-lama didalam restoran.
4. Fasilitas lahan parkir yang kurang memadai membuat pelanggan yang membawa mobil harus menumpang parkir di restoran sebelah dan harus parkir di pinggir jalan untuk bisa makan di Restouran Sushi Joobu.

1.2.2. Batasan Masalah

Agar peneliti ini lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud, peneliti membatasi dengan lingkup penelitian sebagai berikut:

1. Penulis hanya ingin mengetahui pengaruh *Brand Trust* dan *Atmosphere* Restoran terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Sushi Joobu Pesanggrahan Jakarta Barat.
2. Adapun konsumen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung dan melakukan pembelian di Restouran Sushi Joobu Pesanggrahan Jakarta Barat

1.2. Rumusan Masalah.

Dari masalah penelitian tersebut, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *Brand Trust* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen restoran Sushi Joobu ?
2. Apakah *Atmosphere Restoran* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen restoran Sushi Joobu?
3. Apakah *Brand Trust* dan *Atmosphere Restoran* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen restoran Sushi Joobu ?
4. Diduga terdapat faktor paling dominan antara *Brand Trust* dan *Atmosphere Restoran* terhadap Kepuasan Konsumen restoran sushi Joobu

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.

1. Untuk mengetahui apakah *Brand Trust* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen restoran Sushi Joobu.
2. Untuk mengetahui apakah *Atmosphere Restoran* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen restoran Sushi Joobu.
3. Untuk mengetahui apakah *Brand Trust* dan *Atmosphere Restoran* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen restoran Sushi Joobu.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian diharapkan dapat membantu dan berguna bagi:

1.5.1. Bagi peneliti.

Manfaat dari penulisan Skripsi ini adalah mengaplikasikan teori-teori yang

diperoleh selama ini dan menambah khasanah karya ilmiah dibidang pemasaran yang masih sedikit atau masih kurang terutama tentang brand trust dan atmosphere restoran dan kepuasan konsumen sushi Joobu pesanggrahan Jakarta barat, sehingga dengan pengetahuan yang anda dapat lebih diperdalam dengan membandingkan dengan keadaan yang sebenarnya terjadi dalam praktek.

1.5.2. Bagi Pembaca.

Dengan adanya penelitian ini penulis berharap dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran, sehingga menjadi sumber pengetahuan kepustakaan yang dapat dipergunakan bagi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dibidang yang sama.

1.5.3. Bagi Perusahaan

Memberikan sarana dan masukan kepada Restoran Sushi Joobu agar dapat terus mengembangkan kreasi dan inovasinya terkait dengan *Atmosphere Restoran* secara menyeluruh untuk mempertahankan kepuasan konsumen dimasa sekarang ataupun dimasa yang akan datang, dengan tujuan agar tidak hanya kualitas layanan yang tinggi dan harga yang kompetitif melainkan juga karena pengalaman menikmati suasana Restoran Sushi Joobu yang tidak ditemukan di Restoran lain