

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kompetisi brand besar serta kuat sering terjadi antara satu dan yang lain dikarenakan tiap perusahaannya menginginkan brandnya berada pada posisi terbaik untuk memenangkan pasar. Persaingan brand tidak hanya terjadi pada industri manufaktur dan jasa tetapi juga pada industri kuliner. Perkembangan industri kuliner yang semakin baik membuat persaingan dibidang ini semakin ketat, sehingga membuat para pelaku usaha harus melakukan strategi yang baik dan pelayanan yang berkualitas agar usahanya dapat berjalan dengan lancar dan tertanam dibenak konsumen secara positif.

Kini pengusaha kuliner sangat mengetahui pentingnya kepuasan pelanggan dan melakukan berbagai cara serta upaya untuk membuat pelanggannya senang. Kepuasan pelanggan dapat menjadi faktor utama agar perusahaan mengalami peningkatan dan kemajuan. Persaingan didalam industri kuliner yang semakin erat, mengharuskan perusahaan untuk berkompetisi serta membuat konsumennya merasa puas terhadap produk serta jasa yang ditawarkan. Banyak keuntungan yang diperoleh pelaku dibidang kuliner yang tetap menjaga kepuasan konsumennya, dikarenakan konsumen sering melakukan pembelian berulang terhadap jasa dan produk yang dikonsumsi. Konsumen yang merasa puas sering melakukan promosi melalui ucapan dan bernilai baik bagi perusahaan. Promosi yang dilakukan konsumen dapat membuat pelanggan baru tertarik untuk mengkonsumsi produk dan jasa perusahaan.

Satu diantara faktor yang bisa memengaruhi kepuasan terhadap konsumen yaitu kualitasnya layanan, yang berfungsi sebagai kesenjangan persepsi antara harapan dan layanan yang mereka pikirkan dan yang mereka terima. Melalui pengelolaan yang baik tingginya aspek pelayanan yang dibutuhkan dapat dipenuhi oleh perusahaan. Puas tidaknya konsumennya terkait oleh penerimaan kualitas pelayanan dari perusahaan, pemberian kualitas pelayanan yang prima menjadi permasalahan utama yang menjadi tinjauan bagi perusahaan. Bagi perusahaan yang mampu memberikan optimalnya kualitas pelayanan akan mendapatkan pangsa pasar yang lebih tinggi.

Selanjutnya *brand image* ialah faktor yang bisa memengaruhi kepuasan konsumennya. Saat ini konsumen lebih fokus terhadap *brand image*, melalui pertimbangan yang baik konsumen sangat memperhatikan *brand image* pada produk yang sudah dibelinya. *Brand image* ialah identitas yang dilekatkan dimana terdapat gambaran dan keunikan dari suatu tempat serta benda yang mempunyai kesan tersendiri di mata konsumen sehingga konsumen selalu mengingatnya. Berkembangnya bisnis kuliner serta memperoleh respon baik di Batam saat ini yaitu restoran Jepang salah satunya sushi tei. Sushi tei merupakan restoran sushi yang berbasis di Singapura dan memiliki cabang di beberapa negara salah satunya Indonesia. Restoran Sushi Tei yang terletak di jalan pembangunan berdiri pada tahun 2014 di kota Batam. Ciri khas Restoran Sushi Tei yang ditonjolkan yakni *sushi bell* dan *open kitchen*. Selain kedua keunggulannya itu, disediakannya produk berkualitas segar, membuat Sushi Tei dikenal sebagai produk ikan berkualitas segar tanpa pengawet. Meningkatnya popularitas masakan Jepang oleh

masyarakat Batam membuat pertumbuhan restoran Jepang di Batam sangat pesat antar lain Ichiban Sushi, Marugame Udon, Kazu Japanese, dan lain – lain.

Tabel 1.1 Data Restoran Jepang Yang Ada di Batam

Restoran	Grade
Bento Tei	4,6
Sushi Tei	4,5
Shaburi & Kintan Buffet	4,4
Zenbu House Of Mozaru	4,4
Kazu Japanese Restaurant	4,3

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasar tabel 1.1, banyaknya restoran jepang di Batam, dimana restoran Jepang tersebut memiliki keunggulan kompetitif dalam memenangkan persaingan dan merebut perhatian konsumen. Banyaknya restoran Jepang yang bermunculan dan juga memiliki brand besar mengakibatkan meningkatnya persaingan bisnis yang terjadi dan menjadikan perusahaan sulit meningkatkan jumlah konsumen.

Tabel 1.2 Data Pelanggan Sushi Tei Periode Juli 2020 – Juni 2021

Bulan	Pax	Delta
Juli	7343	0
Agustus	5375	-1968
September	3425	-1950
Oktober	1199	-2226
November	2441	1242
Desember	3242	801
Januari	3954	712
Februari	3332	-622
Maret	2815	-517
April	2443	-372
Mei	2028	-415
Juni	1025	-1003
Total	45106	

Sumber : PT. Sushi Tei Arta Perkasa,2021

Berdasar tabel 1.2, terdapat penurunan pelanggan yang terjadi selama tiga bulan secara signifikan yaitu dibulan Juli sebanyak 1,968 pax dan dibulan Agustus berjumlah 1,950 pax serta pada bulan September mengalami penurunan yang sangat dratis yakni mencapai 2,226 dari total pelanggan Juli 2020 – Maret 2021.

Penurunan pelanggan yang terjadi bisa disebabkan oleh banyak faktor salah satunya pelayanan yang diberikan oleh restoran sushi tei. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan pelayanan di restoran Sushi Tei masih dianggap belum memuaskan diantaranya lambatnya merespon konsumen yang datang bekunjung, kemudian ketika konsumen ingin melakukan resevasi tempat, ketika konsumen melakukan pemesanan makanan serta waktu untuk konsumen menunggu makanan. Tidak maksimalnya kualitas pelayanan yang terjadi juga diakibatkan karena kekurangannya karyawan sehingga ketika restoran di penuh pengunjung membuat pelayanan yang diberikan lambat dan tidak memuaskan.

Oleh karena itu, Sushi Tei Batam harus bisa mempertahankan brandnya agar tetap menjadi yang terbaik diantara restoran Jepang lainnya. Dengan lebih memperhatikan serta memahami hal yang diperlukan dan diinginkan oleh konsumennya bisa menjadi usaha untuk menjaga serta memenangkan persaingannya. Selain itu kualitas pelayanan yang diberikan oleh restoran Sushi Tei Batam juga harus ditingkatkan karena kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumennya, konsumennya tentu merasa aman dan nyaman terhadap restoran yang mengutamakan pelayanan yang baik dan berkualitas.

Berlandaskan penguraian permasalahan, peneliti menyimpulkan bahwasanya ada permasalahan terkait *brand image* dan kualitas pelayanannya hingga peneliti mengambil penelitian terkait **“Pengaruh Brand Image Dan**

Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Sushi Tei Batam.”

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi permasalahan didalam penelitian ini yakni:

1. Terjadi persaingan antara restoran Jepang yang sangat kompetitif.
2. Adanya penurunan pengunjung di restoran Sushi Tei Batam.
3. Kurangnya respon yang diberikan pelayan terhadap konsumen.
4. Ketepatan waktu makanan yang datang.
5. Lambatnya menyambut tamu yang datang berkunjung.
6. Minimnya karyawan sehingga membuat konsumen lama menunggu ketika memesan makanan.

1.3 Batasan Masalah

Penulis membatasi masalah untuk memperoleh dan menjelaskan objek yang diteliti yakni:

1. Pada penelitian ini menggunakan brand image (X1), kualitas pelayanan (X2) dan kepuasan konsumen (Y) sebagai variabelnya.
2. Objek penelitiannya ialah Restoran Sushi Tei Batam berlokasi di Jl. Pembangunan, Batu Selicin, Kec Lubuk Baja.
3. Data yang diambil 2020 – 2021.

1.4 Rumusan Masalah

Berlandaskan penjelasan diatas perumusan permasalahan didalam penelitian ini yakni:

1. Apakah *brand image* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Restoran Sushi Tei Batam ?

2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Restoran Sushi Tei Batam ?
3. Apakah *brand image* dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Restoran Sushi Tei Batam ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasar perumusan permasalahannya, tujuannya ialah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap kepuasan konsumen di Restoran Sushi Tei Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Sushi Tei Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan kualitas pelayanan secara bersama–sama terhadap kepuasan konsumen di Restoran Sushi Tei Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

Diupayakan bisa menjadi pedoman untuk mencapai tujuan bersama serta memberikan nilai guna bagi pihak yang membutuhkan.

1.6.1 Manfaat Teoritis

Bisa dipergunakan sebagai literatur tambahan bagi peneliti lain yang melakukan penelitian untuk mengembangkan hipotesis serupa.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Sebagai sarana meningkatkan wawasannya terkait pengetahuannya berkenaan pengaruhnya *brand image* dan kualitas pelayanannya terhadap kepuasan konsumennya.

2. Bagi Perusahaan

Diupayakan bisa dipergunakan perusahaan sebagai tolok ukur dengan maksud memaksimalkan kualitas layanannya dimasa mendatang.

3. Bagi Penliti Selanjutnya

Bisa dipergunakan sebagai refrensi, serta contoh dipenelitian berikutnya atau sebagai penelitian sebelumnya.