

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia Food & Beverage atau F&B di era modern ini bisa dibayangkan berada dalam tahap yang sangat menjanjikan dan sangat diminati oleh semua orang. Tidak berlebihan mengatakan bisnis F&B adalah yang paling diminati, serta perkembangannya adalah yang tertinggi di dunia. Sektor industry ini memang memiliki daya tarik yang sangat kuat karena memiliki market yang sangat besar. Hal ini membuka peluang usaha yang sangat luas dan memiliki presentasi keberhasilan yang tinggi jika dikelola secara baik dan benar oleh pelaku usaha. Biasanya bisnis F&B terbentuk dari tren-tren baru yang terus timbul dalam masyarakat. (LinovHR.com, diunduh pada 19 Februari 2022)

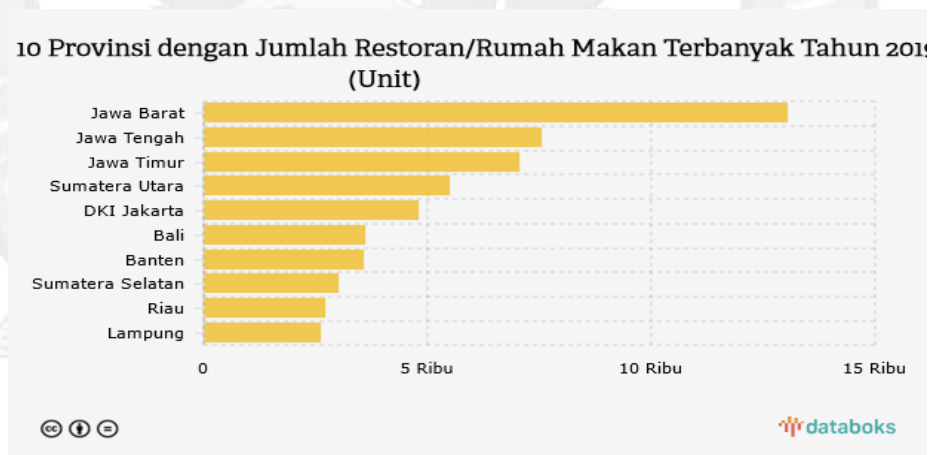


Tabel 1. 1 Data tren pertumbuhan industri F&B
Sumber: dataindustri.com, diunduh pada 20 Februari 2022

Jika melihat data statistic pertumbuhan industri F&B pada tabel 1.1, terlihat sangat jelas bahwa bisnis ini terus mengalami peningkatan. Saat ini sangat sering dijumpai kemitraan-kemitraan baru. Ada yang mengangkat produk F&B kuliner baru, atau kuliner tradisional yang diangkat kembali dengan taburan nilai-nilai modern dan menjadi perpaduan yang menarik. Kedua jenis kuliner berbeda waktu tersebut, sama-sama memainkan banyak instrument guna

menarik minat pelanggan untuk membeli. (LinovHR.com, diunduh pada 19 Februari 2022).

Sejak tahun 2019, tawaran bisnis yang datang dari berbagai waralaba F&B terus bermunculan untuk bermitra. Dari sektor minuman, ada nama-nama seperti kedai kopi, minuman kekinian “boba/pearl”, Thai tea, dan masih banyak lagi. Sementara untuk sektor makanan, ada sangat banyak inovasi yang datang dari jenis makanan seperti kentang, tahu, sosis, roti, dan berbagai olahan makanan sejenis lainnya. Industri makanan biasanya hadir dengan tampilan kekininan dan menarik minat kaum anak-anak, remaja, bahkan orang tua sekalipun. Restoran/rumah makan adalah salah satu yang perkembangannya sangat meningkat dari tahun ke tahun. (LinovHR.com, diunduh pada 19 Februari 2022).



Tabel 1. 2 Jumlah restoran/rumah makan di Indonesia tahun 2019
Sumber: databoks.katadata.co.id, diunduh pada 20 Februari 2022

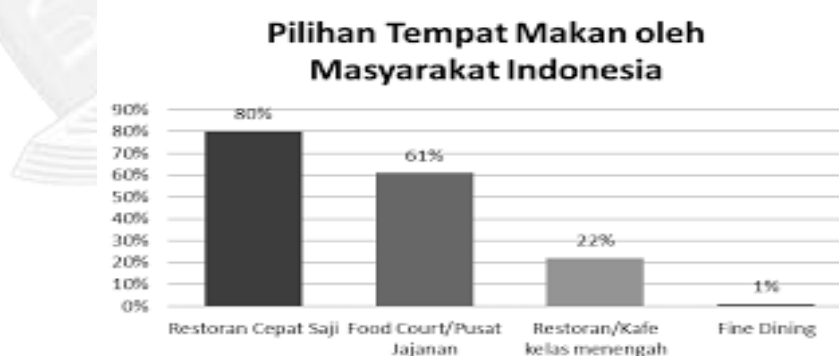
Di Indonesia sendiri terdapat sangat banyak restoran/rumah makan. Data yang ada di tabel 1.2 menunjukkan bahwa Jawa Barat menjadi penyumbang

terbanyak untuk kategori restoran/rumah makan dengan total 13.034 unit. Diikuti oleh Jawa Tengah dengan 7.458 unit, Jawa Timur di posisi ke tiga dengan 7.060, dan ditutup oleh provinsi Lampung yang berada di urutan ke sepuluh. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah restoran/rumah makan mempunyai peminat yang sangat banyak. (databoks.katadata.co.id, diunduh pada 20 Februari 2022)

Industri F&B ini dapat dengan mudah beradaptasi dengan tren-tren baru. Banyak dari perusahaan-perusahaan F&B, membuat berbagai jenis menu baru, dengan memanfaatkan tren yang sedang berlaku di kalangan masyarakat. Hal ini akan memberikan daya tarik tersendiri untuk para calon pembeli. Selain berpeluang besar karena dapat memanfaatkan tren, industri F&B juga merupakan kebutuhan dasar manusia. Sehingga, peluang akan semakin besar bagi para pelaku usaha ini. (stockpapers.id, diunduh pada 20 Februari 2022).

Ada hal yang berbeda dari perilaku konsumen pada saat ini ketika datang ke sebuah industri F&B. Kebanyakan dari mereka memilih untuk tidak makan/minum di tempat, melainkan membungkus makanan/minuman untuk dikonsumsi di rumah. Hal ini menuntut pelaku usaha F&B untuk lebih baik dalam menyikapi berbagai perubahan perilaku yang terjadi ini. `Harus ada berbagai inovasi baru terkait perubahan perilaku konsumen. Salah satu contoh inovasi adalah dari memperhatikan protocol kesehatan. Dengan begitu, rasa aman dan nyaman bisa dirasakan oleh pelanggan. (kemenperin.go.id, diunduh pada 19 Februari 2022).

Dalam memaksimalkan inovasi dan pelayanan yang akan diberikan, pemanfaatan teknologi bisa menjadi satu hal khusus untuk berinovasi dari pelaku usaha bisnis F&B. Hal ini agar para pelaku usaha itu dapat terus bertahan. Adanya pandemic covid-19 seperti saat ini, tidak banyak opsi lain yang dimiliki pelaku usaha, selain mengandalkan kemampuan teknologi. Pandemi benar-benar membuat hampir semua lini ekonomi mengalami penurunan. Tetapi dengan memaksimalkan teknologi, itu bisa memberikan nilai *plus* untuk para pelaku usaha F&B. Pemanfaatan teknologi tidak hanya membantu dalam urusan pemesanan makanan saja, tetapi juga sampai ke proses pembayaran, manajemen pegawai, pengawasan stok, bahkan sampai perhitungan-perhitungan. Saat ini rata-rata pelaku usaha bisnis F&B sudah mulai mengikuti tren teknologi ini. (LinovHR.com, diunduh pada 19 Februari 2022).



Tabel 1. 3 Pilihan tempat makan masyarakat Indonesia

Sumber: Google.com, library.binus.ac.id, diunduh pada 20 Februari 2022

Dari banyaknya pilihan tempat makan yang ada di Indonesia, restoran cepat saji berada di urutan yang paling sering dikunjungi masyarakat Indonesia untuk memenuhi kebutuhan jasmaninya. Hal ini dapat dibuktikan dari Tabel 1.1 yang menunjukkan, restoran cepat saji berada di urutan pertama, dan perbedaannya cukup jauh dengan yang ada di urutan kedua yaitu tempat makan food court/pusat jajanan. (library.binus.ac.id, diunduh pada 20 Februari 2022).



Gambar 1. 1 Contoh produk dari restoran cepat saji

Sumber: Google.com, abuelaskitchen.com, diunduh pada 20 Februari 2022

Restoran cepat saji atau restoran yang menjual makanan yang biasa disebut *fast food*. Makanan *fast food* adalah segala jenis makanan yang cara penyajiannya cepat karena sebelumnya sudah mengalami proses pengolahan tahap awal atau sudah setengah jadi. Ada berbagai jenis produk *fast food*. Dapat dilihat dari gambar 1.1 berbagai macam contoh produk dari restoran cepat saji. Salah satu contoh makanan *fast food* adalah pizza. (abuelaskitchen.com, diunduh pada 20 Februari 2022).



Gambar 1. 2 Logo Pizza Hut

Sumber: Google.com, images, diunduh pada 20 Februari 2022

Salah satu restoran cepat saji yang sangat terkenal adalah Pizza Hut. Pizza Hut adalah rantai restoran dari Amerika Serikat, yang didirikan pada tahun 1958 di Wichita, Kansas, Amerika Serikat oleh Dan dan Frank Carney. Pizza Hut dikenal dengan menu-menu khas Italia-Amerika, yaitu pizza, pasta, berbagai macam *main course*, dan *appetizer* lainnya. Menu andalan dari restoran fast food ini adalah pizzanya sendiri, yang mempunyai jenis dan cita rasa yang beragam. (pizzahut.co.id, diunduh pada 20 Februari 2022).

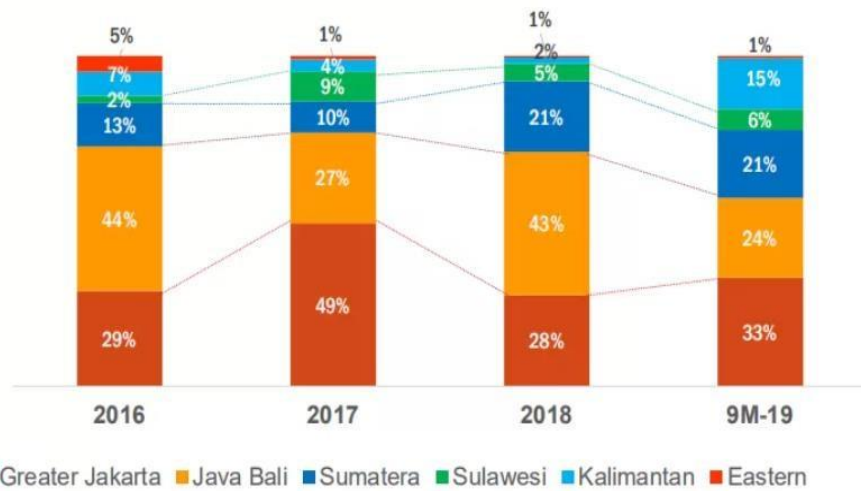
Menurut data yang ada di Wikipedia, per tanggal 31 Desember 2021, Pizza Hut sudah memiliki total 18.703 gerai. 18.703 gerai ini tersebar luas hampir ke seluruh dunia. Di Indonesia sendiri, sudah terdapat total 522 gerai per bulan Juni 2021. Pertumbuhan Pizza Hut terus terjadi, dan pada Agustus 2021, tercatat saham Pizza Hut di pasar modal Indonesia mengalami kenaikan sebesar 0,72%. Menurut data dari CNBC Indonesia, sejak awal tahun 2021 hingga Agustus

2021, saham Pizza Hut di Indonesia sudah naik 14,20 %. (cnbcindonesia.com, diunduh pada 20 Februari 2022).



Tabel 1. 4 Pendapatan Pizza Hut dari tahun ke tahun
Sumber: stockpapers.id, diunduh pada 20 Februari 2022

Penerima waralaba merek Pizza Hut di Indonesia sendiri dipegang oleh PT. Sarimelati Kencana Tbk. dengan kode emiten saham PZZA. Secara neraca, komposisi keuangan dari Pizza Hut bisa dibilang sangat baik dan aman, dengan Debt to Equito Ratio sebesar 57%. Hutang berbunga milik perusahaan Pizza Hut juga bisa dikatakan sangat kecil, dan masih terorganisir. Pendapatan dari Pizza Hut juga terus mengalami kenaikan setiap tahunnya. Hal ini dapat kita lihat di tabel 1.4 (stockpapers.id, diunduh pada 20 Februari 2020).



Tabel 1. 5 Gerai Pizza Hut di Indonesia

Sumber: stockpapers.id, diunduh pada 20 Februari 2022

Saat ini gerai Pizza Hut sudah hampir berada di seluruh provinsi di Indonesia. Jabarannya bisa dilihat di tabel 1.5, di mana penyumbang gerai Pizza Hut terbanyak adalah daerah Jabodetabek, dengan total 33% dari seluruh gerai Pizza Hut di Indonesia. Diikuti oleh pulau Jawa dan Bali dengan 24%, dan Sumatera dengan 21%. Di urutan ke empat adalah pulau Sulawesi dengan jumlah 6% dari seluruh wilayah Indonesia. Dari 6% gerai yang ada di Sulawesi, 6 gerai berada di Sulawesi Utara, dan 3 dari 6 gerai tersebut berada di Kota Manado. (stockpapers.id, diunduh pada 20 Februari 2022).



Gambar 1. 3 Pilihan menu Pizza Hut

Sumber: momsmoney.id, Traveloka.com, diunduh pada 20 Februari 2022

Di kota Manado, Pizza Hut adalah restoran fast food yang sangat digemari. Salah satu alasannya adalah menu-menu yang enak dan menarik. Gambar 1.3 menunjukkan beberapa contoh menu yang ada di Pizza Hut kota Manado. Big Box adalah paket lengkap dari pizza, spageti, dan menu-menu lainnya. Sedangkan “Limopizza” adalah pizza yang berukuran 1 meter. Menu-menu ini sangat menarik perhatian pelanggan, terlebih jika ditambah dengan promo-promo dan diskon yang menarik. (momsmoney.id, diunduh pada 20 Februari 2022).

Perusahaan	Negara Basis	Kantor Pusat di Indonesia	Total gerai di Indonesia	Industri	Total Pendapatan Perusahaan
Pizza Hut	Amerika Serikat	Jakarta	522	Industri <i>food and beverage</i> (makanan cepat saji)	Rp. 3,42 triliun
Domino's Pizza	Amerika Serikat	Jakarta	62	Industri <i>food and beverage</i> (makanan cepat saji)	Rp. 4, 36 miliar

Tabel 1. 6 Persaingan perusahaan penjual Pizza di Indonesia tahun 2021

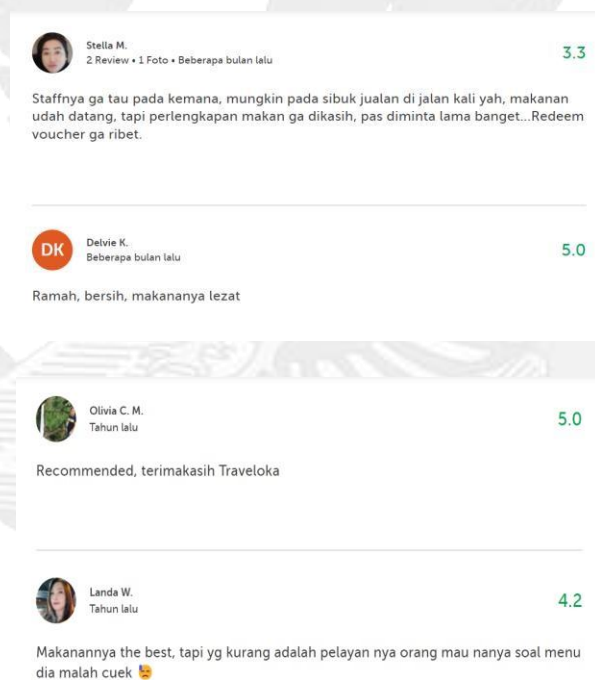
Sumber: cnbcindonesia.com, industry.kontan.co.id, msn.com, Wikipedia.org, databoks.katadata.co.id, data diolah pada 23 April 2022

Tabel 1.6 menunjukkan persaingan yang ketat antara Pizza Hut dan Domino's Pizza yang terjadi di Indonesia. Pizza Hut dan Domino's Pizza merupakan dua perusahaan raksasa penjual Pizza di Indonesia. Mereka sama-sama mempunyai negara basis di Amerika Serikat, dan sama-sama memiliki kantor pusat di Jakarta. Berdasarkan data di atas, jumlah gerai Pizza Hut di Indonesia masih lebih banyak dari Domino's Pizza. Pendapatan Pizza Hut juga masih jauh lebih tinggi dari Domino's. Pizza Hut dan Domino's Pizza memiliki sangat banyak perbedaan. Dari pizzanya sendiri, Domino's memiliki variasi ketebalan, sedangkan Pizza Hut tidak. Topping dari Pizza Hut juga seringkali terlihat lebih mewah dari Domino's yang terlihat lebih minimalis. Namun jika dilihat dari sisi harga, Domino's jauh lebih murah dibandingkan Pizza Hut. Kedua perusahaan ini punya cara mereka sendiri dalam mendapatkan pelanggan. (mojok.co, diunduh pada 23 April 2022)

Data persaingan yang ada di atas menunjukkan persaingan yang ketat antara Pizza Hut dan Domino's. Oleh karena itu, Pizza Hut harus meningkatkan *Customer Loyalty* untuk mempertahankan keberhasilannya dan terus bersaing. *Customer loyalty* atau loyalitas konsumen menurut Kotler dan Keller (2012) adalah situasi yang pelanggan secara konsisten membelanjakan seluruh anggaran yang ada untuk membeli produk atau suatu layanan jasa dari penjual yang sama. Melihat hal-hal ini, terlihat bahwa Pizza Hut di Manado perlu memperhatikan *Customer Loyalty*-nya, dalam upaya mereka mempertahankan

pelanggan, dan menjadi pesaing nomor 1 bagi kompetitor yang ada di Manado. (eprints.perbanas.ac.id, diunduh pada 20 Februari 2022).

Adapun bukti bahwa Pizza Hut sudah memiliki *Customer Loyalty* bisa dilihat dari komposisi keuangan dari Pizza Hut yang terus naik. Hutang berbunga dari Pizza Hut juga sangat kecil. Penambahan gerai di seluruh Indonesia juga terus dilakukan. Hal ini membuktikan bahwa Pizza Hut sudah semakin baik dalam menjaga *Customer Loyalty*-nya. Terjaganya *Customer Loyalty* dari Pizza Hut, membuat mereka terus bersaing dalam memberi layanan makanan fastfood kepada para pelanggannya. (cnbcindonesia.com, diunduh pada 20 Februari 2022).



Gambar 1. 4 Contoh *review* dari pelanggan Pizza Hut di Manado
Sumber: Traveloka.com, diunduh pada 20 Februari 2022

Adapun yang mempengaruhi *Customer Loyalty* adalah *Customer Satisfaction*. Menurut Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa *Customer Satisfaction* adalah tingkat perasaan konsumen akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan mereka. Dapat dilihat salah satu contoh *Customer Satisfaction* dari gambar 1.4. yang menunjukkan penilaian pengunjung-pengunjung Pizza Hut yang ada di Manado. Dari komentar-komentar yang ada, dapat dilihat ada komentar yang baik, dan ada juga yang kurang baik. Cara mereka adalah dengan memberikan rating atau memberikan bintang melalui aplikasi Traveloka. *Rating* yang diberikan menunjukkan kepuasan pelanggan terhadap Pizza Hut di Manado. (traveloka.com, diunduh pada 20 Februari 2022).



Gambar 1. 5 Contoh Pizza dari Pizza Hut
Sumber: pinterest.com, diunduh pada 20 Februari 2022

Adapun salah satu variable yang mempengaruhi *Customer Satisfaction* adalah *Food Quality*. Menurut Potter dan Hotchkiss (2012) menyatakan bahwa *Food Quality* adalah karakteristik kualitas dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa. Dari gambar 1.5 bisa dilihat kualitas makanan dari Pizza Hut mempunyai warna yang menarik. Ukurannya juga sudah diukur sama besar satu dengan yang lain. Konsistensinya antara rasa dan tekstur juga sama. Dan yang terpenting adalah menu di Pizza Hut itu bersih dan terpercaya. (pinterest.com, diunduh pada 20 Februari 2022).



Gambar 1. 6 Contoh price list dari Pizza Hut
 Sumber: pergikuliner.com, diunduh pada 20 Februari 2022

Adapun salah satu variabel yang mempengaruhi *Customer Satisfaction* adalah *Price*. Menurut Assauri (2014) menyatakan bahwa *Price* adalah satu-satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan,

sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja. Dari gambar 1.6, terlihat bukti daftar harga dari Pizza Hut. Harga yang diberikan bermacam-macam. Perbedaan-perbedaan harga itu tergantung pada kualitas hidangan yang disediakan. Menu yang disediakan ada yang klasik, yaitu yang dijual hampir di seluruh outlet Pizza Hut, dan ada juga yang *signature*, yaitu menu *signature* dari beberapa outlet Pizza Hut saja. (pergikuliner.com, diunduh pada 20 April 2022).



Gambar 1. 7 Contoh pemilihan lokasi dan lingkungan Pizza Hut di Manado
Sumber: 2pos.asia, diunduh pada 20 Februari 2022

Adapun salah satu variabel yang mempengaruhi *Customer Satisfaction* adalah *Location and Environment*. Menurut Baker dan Wakefield (2012) menyatakan bahwa *Location and Environment* adalah persepsi lingkungan pelanggan mengenai kualitas atmosfer mereka. Terlihat jelas dalam gambar 1.7 pemilihan tempat yang dilakukan oleh Pizza Hut, yaitu dengan membangun gedung sendiri di lokasi yang strategis. (2pos.asia, diunduh pada 20 Februari 2022).



Gambar 1. 8 Contoh pelayanan di Pizza Hut

Sumber: dibaca.online.com dan jogja.tribunnews.com, diunduh pada 20 Februari 2022

Adapun salah satu variabel yang mempengaruhi *Customer Satisfaction* adalah *Service Quality*. Menurut Kotler (2019) mendefinisikan *Service Quality* adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Bisa dilihat di gambar 1.8 bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh Pizza Hut sudah baik. Hal itu terlihat dari nilai-nilai seperti kebersihan, keramahan, dan nilai-nilai lainnya. Kualitas layanan yang diberikan Pizza Hut juga datang dari kualitas pembuatan makanan yang baik. (dibacaonline.com dan jogja.tribunnews.com, diunduh pada 20 Februari 2022).

Berdasarkan penjabaran di atas, maka penelitian ini akan membahas hal-hal atau faktor-faktor yang mempengaruhi *Customer Loyalty* terhadap Pizza Hut di kota Manado. Penelitian ini juga adalah proses mencari tau factor apa saja yang berpengaruh pada *Costumer Loyalty*. Untuk menemukan hasilnya, akan diteliti apakah *Food Quality*, *Price*, *Location and Environment*, dan *Service Quality*,

berpengaruh pada *Customer Satisfaction*. Kemudian apakah *Customer Satisfaction* berpengaruh pada *Customer Loyalty*

1.2 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian ini berdasarkan data yang diperoleh dari hasil pembagian kuisioner kepada objek yang diteliti.
2. Karakteristik responden yang diteliti adalah sebagai berikut:
 - i. Laki-laki dan perempuan;
 - ii. Berusia 18 sampai 60 tahun;
 - iii. Berdomisili di Manado;
 - iv. Pernah membeli produk dari Pizza Hut cabang Paal Dua Manado minimal 2 kali dalam 1 tahun terakhir;

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan data dan penjabaran yang ada di latar belakang masalah, dapat dirumuskan rumusan masalah yang tepat secara umum dan spesifik. Rumusan masalah yang tepat secara umum dan dalam penelitian ini adalah faktor-faktor apa saja yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty*, yang dipengaruhi oleh *Customer Satisfaction* pada Pizza Hut di Manado.

Sedangkan rumusan masalah secara spesifik pada penelitian ini adalah:

1. Apakah *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Customer Loyalty* pelanggan Pizza Hut cabang Paal Dua Manado?

2. Apakah *food quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *customer satisfaction* pelanggan Pizza Hut cabang Paal Dua Manado?
3. Apakah *price* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *customer satisfaction* pelanggan Pizza Hut cabang Paal Dua Manado?
4. Apakah *location and environment* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *customer satisfaction* pelanggan Pizza Hut cabang Paal Dua Manado?
5. Apakah *service quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *customer satisfaction* pelanggan Pizza Hut cabang Paal Dua Manado?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dari dibuatnya penelitian ini adalah mencari tau dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *customer satisfaction*, dan apakah *customer satisfaction* mempengaruhi *customer loyalty* pelanggan Pizza Hut di Manado.

Sedangkan untuk tujuan penelitian secara spesifik dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa:

1. Pengaruh signifikan *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* pelanggan Pizza Hut cabang Paal Dua Manado.
2. Pengaruh signifikan *food quality* terhadap *customer satisfaction* pelanggan Pizza Hut cabang Paal Dua Manado.
3. Pengaruh signifikan *price* terhadap *customer satisfaction* pelanggan Pizza Hut cabang Paal Dua Manado.

4. Pengaruh signifikan *location and environment* terhadap *customer satisfaction* pelanggan Pizza Hut cabang Paal Dua Manado.
5. Pengaruh signifikan *service quality* terhadap *customer satisfaction* pelanggan Pizza Hut cabang Paal Dua Manado.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat bagi berbagai pihak, yang dipisah menjadi bagian yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Manfaat teoritis adalah manfaat yang muncul karena peneliti tidak puas/ragu terhadap suatu teori tertentu. Sedangkan manfaat praktis berguna untuk memecahkan masalah secara pratikal atau sebagai alternatif solusi suatu permasalahan. (liputan6.com, diunduh pada 20 Februari 2022).

Secara spesifik, pembagian manfaat teoritis dan manfaat praktis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis:
 - i. Penelitian ini dapat mendukung teori-teori yang sudah ada;
 - ii. Penelitian ini dapat mendukung penelitian terdahulu yang mempunyai penelitian sejenis;
 - iii. Penelitian ini bisa menjadi referensi bagi mahasiswa selanjutnya yang ingin membuat penelitian sejenis.
2. Manfaat praktis:
 - i. Menambah dan memperluas wawasan peneliti

- ii. Menjadi informasi penting bagi Pizza Hut cabang Paal Dua Manado tentang bagaimana meningkatkan *customer loyalty*-nya.
- iii. Menjadi informasi penting bagi industry F&B di Indonesia tentang meningkatkan *customer loyalty*-nya.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar memudahkan pembahasan, penulisan penelitian ini disusun secara sistematis ke dalam beberapa bab berikut ini:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisikan ulasan mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini berisi tentang landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, model penelitian, dan began alur berpikir.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel, dan metode analisis data.

BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai tampilan data penelitian yang telah dilakukan beserta pembahasan mengenai hasil penelitian yang diperoleh dari pengumpulan data yang telah dilakukan.

BAB V: KESIMPULAN

Bab ini membahas mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, implikasi dari penelitian yang telah dilakukan, dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.

