

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jumlah penduduk Indonesia saat ini telah mencapai 273.879.750 jiwa. Hal ini secara langsung telah disampaikan oleh Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) melalui Direktorat Jenderal Dukcapil berdasarkan Data Kependudukan Semester II Tahun 2021 tanggal 30 Desember 2022. Terdapat kenaikan sebanyak 2.529.861 jiwa dibanding tahun 2020. Dari total 273,8 jutaan penduduk tersebut, diketahui 138.303.472 jiwa diantaranya adalah laki-laki (50.5%). Sedangkan di sisi lain, 135.576.278 jumlah penduduk Indonesia lainnya merupakan seorang perempuan (49.5%). Jumlah penduduk ini salah satu yang mendasari bahwa Indonesia merupakan target yang baik untuk iklim berbisnis. Secara khusus industri makanan dan minuman yang menitik beratkan kepada layanan, yaitu industri hospitality (finance.detik.com; diunduh pada 14 Maret 2022)

Pada zaman sekarang industri hospitality sedang sangat berkembang dan menghadapi banyak sekali perubahan yang ada di masyarakat dalam lingkungan yang sangat kompetitif oleh satu restoran dengan berbagai macam restoran lain. Salah satunya adalah industri restoran yang menyajikan berbagai macam kenyamanan yang dapat dinikmati oleh konsumen. Ditengah perubahan besar besaran dalam sektor industri restoran ada beberapa restoran yang sudah cukup “berumur” bagi masyarakat saat ini. Ditengah mudahnya konsumen untuk beralih ke restoran lain, restoran yang

sudah lama eksis ini tetaplah berhasil eksis hingga saat ini. Di Indonesia sendiri, ada beberapa restoran yang sudah cukup lama eksis yaitu Kentucky Fried Chicken, McDonalds, A&W, Texas Chicken, dan Pizza Hut. Selain itu ada restoran baru juga yang hadir dengan konsep serupa, contohnya Carls Jr, Dominos Pizza, Burger King, Subway, Taco Bell, dan banyak lainnya.

Restoran “lama” ini berhasil untuk memiliki segmen pasarnya sendiri tanpa kehilangan konsumen dengan kehadiran restoran restoran baru yang tidak kalah booming pada saat pembukaannya pertama kali di Indonesia. Bila ditelisik lebih lanjut tren pembukaan restoran ini sudah ada semenjak tahun 1979 dimulai dari keluarga Gelael yang membuka gerai KFC di Jalan Melawai. Pembukaan ini cukup sukses di Indonesia sehingga KFC membuka banyak cabang yang ada di Indonesia bahkan diluar pulau jawa. Kisah kesuksesan ini diikuti oleh Texas Chicken dan juga A&W lalu McDonalds & Wendy’s. Ditengah banyaknya gempuran makanan cepat saji yang mayoritas menyajikan ayam goreng, pizza hut juga hadir untuk memberikan pengalaman baru terhadap masyarakat yang belum pernah mencicipi makanan luar negeri lain selain ayam goreng. Pizza Hut juga sukses hingga saat ini dan tetap memiliki banyak pelanggan.

Selain Restoran yang sudah lama ada di Indonesia, masih cukup banyak juga restoran lain yang masih baru menetas dan hadir di Indonesia seperti Wingstop, Carls Jr, Domino’s Pizza, Richeese Factory, dan banyak lainnya. Banyaknya pilihan restoran baru ini tidak serta merta menghilangkan pangsa pasar dari restoran lama

tersebut. Berbagai restoran berusaha memenuhi Kepuasan Pelanggan agar konsumen tetap Setia pada Brand yang mereka sukai sehingga mengakibatkan repeat order yang menguntungkan bagi perusahaan. Sejumlah penelitian menjelaskan bahwa perilaku makan karena makanannya menjadi sebuah elemen vital untuk memahami budaya dan perilaku konsumen dalam negara tersebut. Sementara peneliti lain tertarik untuk meneliti tentang identifikasi layanan penting yang ada di restoran yaitu meni, kebersihan, gaya, harga, suasana, lokasi, kualitas makanan, seragam pekerja, faktor faktor ini mempengaruhi kemauan pelanggan untuk melakukan repeat order.

Pizza Hut adalah restoran waralaba yang berisi makanan Italia yang berasal dari Amerika Serikat yang menonjolkan menu utamanya yaitu Pizza. Restoran Pizza ini adalah, salah satu dari restoran berantai terbesar di dunia yang mempunyai kurang lebih 12.000 restoran pada sekitar 86 negara di dunia. PT Sarimelati Kencana Tbk atau yang lebih dikenal dengan Pizza Hut Indonesia ini merupakan salah satu perusahaan dari Yum! Brands dimana perusahaan merupakan salah satu restoran yang terbesar di dunia. PT Sari Melati Kencana merupakan perusahaan yang memegang hak waralaba tunggal, yang mana adalah anak perusahaan dari PT Sriboga Raturaya produsen tepung terigu di Indonesia. Restoran Pizza Hut ini pertama kali masuk di Indonesia pada tahun 1984, di gedung Djakarta Theatre, daerah Tamrin, Jakarta. Kini, per 31 Desember 2020 Pizza Hut mempunyai lebih dari 520 gerai yang tersebar di berbagai provinsi di Indonesia. (id.wikipedia.com ; diunduh pada 14 Maret 2022)

Perkembangan gerai Pizza Hut di Surabaya sendiri tergolong cepat diterima oleh pelanggan di Kota Surabaya. Total ada 14 Gerai yang tersebar di Mall, Outlet, dan tidak termasuk Pizza Hut Delivery yang ada di Surabaya. Perkembangan Pizza Hut di Surabaya sendiri pun sudah menjalar hingga ke kota-kota yang ada di Gerbangkertosusila. Hal ini menunjukkan bahwa Pizza Hut sudah dapat diserap oleh penduduk di kota besar bahkan juga di kota kecil. Selain itu dari sisi Pengembangan menu, Pizza Hut berhasil mengembangkan dengan kreatif dan sangat beragam, misalnya dengan memberikan tambahan bahan yang beragam yang dimasukkan dalam pinggiran pizza nya. Pizza yang dipesan juga tersedia dalam ukuran personal yang di potong menjadi 4 bagian, sedang yang di potong menjadi 6 bagian, dan besar yang di potong menjadi 8 bagian, sehingga saat memesan bisa disesuaikan dengan keinginan masing-masing konsumen.



Gambar 1.1 Logo Pizza Hut
sumber : google.com (diunduh pada 13 Maret 2022)

Restoran Pizza Hut merupakan restoran keluarga yang menggunakan Pizza menjadi menu utamanya serta menyediakan beberapa menu makanan lain yang bervariasi, berkualitas, dan bersih dan memiliki atmosfer yang sangat ramah keluarga.

Restoran Pizza Hut memiliki harga yang juga beragam sesuai dengan menu yang akan dipesan. Menu yang disediakan tidak hanya menu ala carte atau menu per/piring tetapi juga menu paket yang disediakan. Selain memiliki ratusan gerai Pizza Hut, Sriboga Raturaya juga menaungi berbagai perusahaan, antara lain perusahaan terigu PT Sriboga Flour Mill, perusahaan distribusi PT Usaha Dagang Sumber Rejeki, dan jaringan restoran Marugame Udon dan Pizza Hut Delivery (PHD). (Markeeters.com diunduh pada 14 Maret 2022)

Menurut Kivela et al. (2000) ; Namkung dan Jang (2007) ; Sulek dan Hensley (2004), Sejalan dengan kualitas layanan, kualitas makanan juga telah dianggap sebagai elemen mendasar dari pengalaman bersantap pelanggan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan menentukan perilaku masa depan. Kualitas Makanan di Pizza Hut sendiri sangatlah baik dan menunjang estetika, rasa, dan harga bagi pelanggannya.



Gambar 1.2 Penilaian *Food Quality* Pizza Hut
sumber: maps.google.com (diunduh pada 13 Maret 2022)

Menurut Brady dan Robertson, (2001) Persepsi pelanggan dan evaluasi kualitas layanan mungkin sangat tergantung pada kinerja penyedia layanan selama pemberian layanan. Layanan yang andal, cepat, dan terjamin dapat dianggap sebagai

isyarat tidak berwujud yang memengaruhi kepuasan dan perilaku pasca-konsumsi.

Layanan dari Pizza Hut sendiri juga dinilai bagus oleh para *reviewer* di website online.



Gambar 1.3 Penilaian *Service Quality* Pizza Hut

sumber : maps.google.com (diunduh pada 13 Maret 2022)

Selanjutnya, menurut Baker, dkk. (1994) ; Reimer dan Kuehn, (2005) ; Wall dan Berry, (2007). Penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi atmosfer sebagai elemen penting lain dari pengalaman bersantap dan melaporkan bahwa atmosfer memengaruhi emosi dan harapan pelanggan mengenai layanan dan kualitas makanan. Atmosfer Pizza Hut sendiri sangat baik, ini dibuktikan dari gambar 1.4



Gambar 1.4 Atmosfir Pizza Hut MERR

sumber : maps.google.com (diunduh pada 13 Maret 2022)

Menurut Alexakis G, Jiang L (2019) Ragam makanan juga dikenal sebagai variasi menu. Lalu Menurut Van der V, dkk. (2002) Sebagian besar studi menunjukkan bahwa variasi dalam makanan sangat mempengaruhi persepsi pelanggan tentang pengaturan restoran, Lalu menurut Nield, dkk. (2000) Variasi membantu mengembangkan persepsi yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan pelanggan ulangi restoran. sudah menjadi sifat manusia bahwa dia melihat ke arah perubahan karena dia bosan dengan hal-hal yang serupa. Itu sebabnya, pelanggan restoran mencari berbagai jenis makanan, mencoba yang baru makanan dan rasa. Zandstra, dkk (2000). *Variety* dari Pizza Hut dapat kita lihat dari menu yang

disediakan. Bisa dipahami bahwa *Variety* dari Pizza Hut ini sangat banyak dari menu Pizza, Nasi, Minuman, Snack, dan lain sebagainya.



Gambar 1.5 Menu Pizza Hut

sumber : behance.net (diunduh pada 13 Maret 2022)

Menurut Kivela, dkk. (2000) Menemukan fakta bahwa pelanggan lebih memilih untuk mengunjungi restoran yang terletak di tempat yang nyaman. Lebih-lebih lagi, dalam studi yang dilakukan oleh Kivela menemukan dalam studinya bahwa jarak berjalan kaki yang singkat menjadi penting di antara pelanggan restoran, dan lokasi yang nyaman terkait dengan kepuasan pelanggan, niat beli, dan pada akhirnya loyalitas merek. Dhisasmito PP, Kumar S (2020). Jika pemilik restoran ingin mendapatkan kepuasan pelanggan, mereka harus memastikan bahwa ada aksesibilitas yang mudah serta nyaman dalam menjangkau lokasi. Menurut Hassan, dkk. (2013) gaya hidup perkotaan memaksakan batasan waktu, sehingga pelanggan mencari kenyamanan dan ingin memuaskan rasa lapar mereka dengan kerumitan minimal. Lokasi parkir gerai Pizza Hut sangat mudah di akses dan luas.



Gambar 1.6 Lokasi Parkir Pizza Hut MERR

sumber : maps.google.com (diunduh pada 13 Maret 2022)

Menurut Pride WM, Ferrell OC (2003) *Price* telah dianggap sebagai faktor penting dalam menjelaskan perilaku pelanggan. Ini dapat didefinisikan sebagai apa yang pelanggan bayar atau korbakan untuk mendapatkan produk atau layanan. Harga dianggap sebagai alat yang memberi tahu pelanggan tentang nilai produk. Pelanggan biasanya memperkirakan nilai produk atau jasa yang ditawarkan melalui harga. Untuk harga Pizza Hut berkisar 30-60 ribu rupiah / orangnya tergantung pada pesanan.

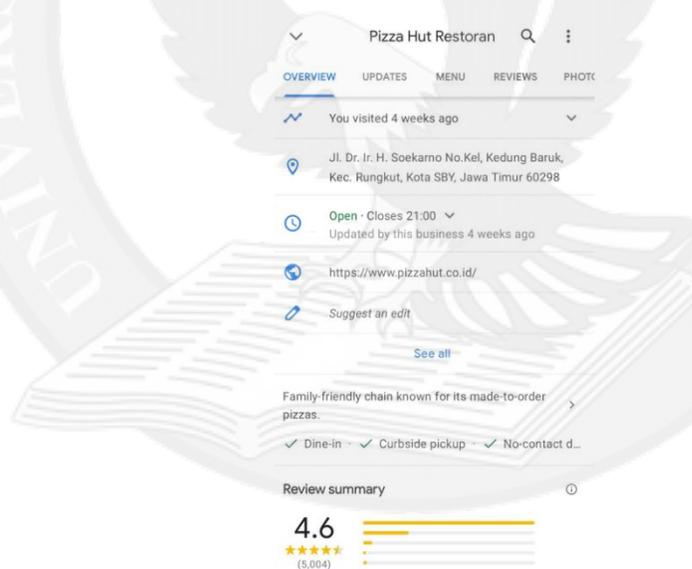


Gambar 1.7 Menu Big Box Pizza Hut

sumber : maps.google.com (diunduh pada 13 Maret 2022)

Menurut Mohammed A, Rashid B (2018) *Satisfaction* didefinisikan sebagai penilaian evaluatif pelanggan tentang produk/jasa tertentu dan pembelian. *Customer*

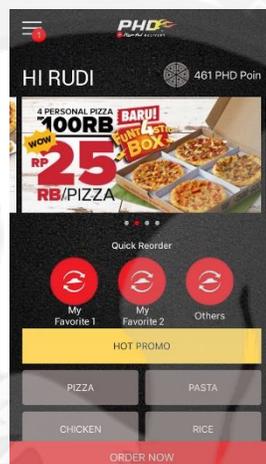
Satisfaction didefinisikan sebagai penilaian keseluruhan produk atau layanan dengan pengalaman. Menurut Khadka dan Maharjan (2017), kualitas produk, layanan, harga, lingkungan dan tempat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas cenderung membeli kembali produk dan menjadi pelanggan setia, dan mereka secara positif terlibat dalam memberikan rekomendasi kepada pelanggan lain dan kurang sensitif terhadap harga. Namun menurut Bennett R, Rundle-Thiele S (2004), begitu pelanggan merasa puas dengan suatu produk atau merek, mereka lebih cenderung merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain atau lebih mungkin untuk berulang kali membeli produk tersebut daripada beralih ke merek alternatif lain. Kepuasan konsumen dari Pizza Hut MERR Surabaya dapat dilihat dari gambar 1.8



Gambar 1.8 Review Keseluruhan Pizza Hut MERR
sumber : maps.google.com (diunduh pada 13 Maret 2022)

Menurut Oliver (2000) *Brand Loyalty* didefinisikan sebagai "sangat" memegang komitmen untuk membeli kembali atau berlangganan kembali

produk/layanan yang disukai secara konsisten di masa depan, sehingga menyebabkan pembelian merek yang sama atau rangkaian merek yang sama, meskipun pengaruh situasional dan upaya pemasaran berpotensi menyebabkan perilaku beralih. Loyalitas Pelanggan Pizza Hut dapat dilihat dari Apps Pizza Hut yang dapat digunakan untuk menyimpan point untuk melakukan penukaran dengan menu yang diinginkan



Gambar 1.9 Point Pizza Hut Apps
sumber : Pizza Hut Apps (diunduh pada 13 Maret 2022)

1.2 Batasan Masalah

Berdasarkan fakta-fakta yang telah ditemukan menunjukkan suatu fenomena bahwa terdapat hubungan antara *Customer Satisfaction* yang di dalamnya terdapat *Food Quality, Service Quality, Atmosphere, Location, Price, Variety* terhadap *Brand Loyalty* pada pelanggan Restoran Pizza Hut di Surabaya.

Penelitian ini dibatasi oleh beberapa hal, yaitu:

1. Penelitian ini dilakukan hanya di Surabaya, kepada pelanggan yang telah membeli dan mengkonsumsi produk Pizza Hut MERR secara *Dine In* / Ditempat paling sedikit 2 kali dalam 6 bulan terakhir di Surabaya.
2. Penelitian ini meneliti tentang pengaruh *Food Quality, Service Quality, Atmosphere, Location, Price, Variety* terhadap *Brand Loyalty* yang dihubungkan oleh *Customer Satisfaction*
3. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret 2022

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah *Food Quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan restoran Pizza Hut di Surabaya ?
2. Apakah ada hubungan signifikan antara *Service Quality* dan *Customer Satisfaction* dalam restoran Pizza Hut Surabaya ?
3. Apakah *Atmosphere* restoran memiliki pengaruh yang signifikan pada *Customer Satisfaction* di restoran Pizza Hut Surabaya ?
4. Apakah ada pengaruh signifikan *Location* pada *Customer Satisfaction* di restoran Pizza Hut Surabaya ?
5. Apakah *Price* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* di restoran Pizza Hut Surabaya ?

6. Apakah *Variety* makanan memiliki pengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* di restoran Pizza Hut Surabaya ?
7. Apakah *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Loyalty* di restoran Pizza Hut Surabaya?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *Food Quality* terhadap *Customer Satisfaction* dalam restoran Pizza Hut Surabaya
2. Untuk mengetahui hubungan antara *Service Quality* dan *Customer Satisfaction* dalam restoran Pizza Hut Surabaya
3. Untuk mengetahui pengaruh *Atmosphere* restoran pada *Customer Satisfaction* di restoran Pizza Hut Surabaya
4. Untuk mengetahui pengaruh *Location* pada *Customer Satisfaction* di restoran Pizza Hut Surabaya
5. Untuk mengetahui pengaruh *Price* terhadap *Customer Satisfaction* di restoran Pizza Hut Surabaya
6. Untuk mengetahui pengaruh *Variety* makanan terhadap *Customer Satisfaction* di restoran Pizza Hut Surabaya
7. Untuk mengetahui pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Brand Loyalty* di restoran Pizza Hut Surabaya

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini di harapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai peranan *Customer Satisfaction* terhadap *Brand Loyalty* yang baik dan berguna bagi pemilik industry hospitality terutama di bidang restoran khususnya yang berkaitan dengan variabel-variabel yang di teliti seperti *Food Quality*, *Service Quality*, *Atmosphere*, *Location*, *Price*, *Variety*, *Customer Satisfaction*, *Brand Loyalty*. Penelitian ini juga di harapkan dapat dijadikan sebagai bahan kepustakaan dan sumber informasi tambahan dalam melakukan penelitian yang lebih lanjut.

1.5.2 Manfaat Praktis

Selain itu manfaat praktis yang ingin di capai dalam penelitian ini bagi beberapa pihak antara lain:

1. Bagi pihak Pizza Hut MERR Surabaya, diharapkan dapat dijadikan sabagai salah satu sumber pengetahuan mengenai hubungan antara *Customer Satisfaction* dan *Brand Loyalty* pelanggan Pizza Hut MERR Surabaya
2. Bagi pembaca dan para pebisnis, sebagai pengetahuan tambahan untuk pihak-pihak yang terkait agar dapat memberikan standart makanan yang baik kepada Customer, karena jika pelanggan merasa puas maka akan menciptakan *Brand Loyalty*.

1.6 Sistematika Penelitian

BAB I : Pendahuluan

Bab ini menjelaskan secara singkat tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, identifikasi masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta pengorganisasian penulisan.

BAB II : Tinjauan Pustaka

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

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini menguraikan tentang metode dan jenis penelitian, definisi variabel operasional, jenis dan sumber data, target dan karakteristik populasi, sampel dan teknik pengambilan 15 sampel, prosedur pengumpulan data, serta skala pengukuran, dan pengolahan data.