

# BAB I

## PENDAHULUAN

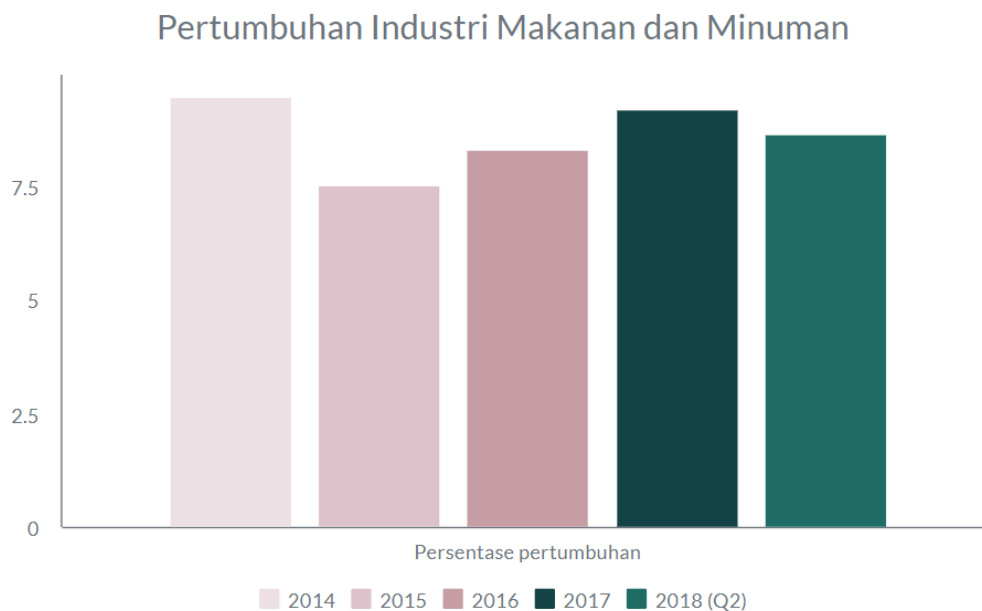
### 1.1. Latar Belakang Masalah

Di dalam industri kuliner saat ini, tidak hanya membahas mengenai makanan dan minuman saja. Tetapi di era digital yang semakin maju membuat industri kuliner turut merasakan dampak dari perkembangan zaman yang semakin maju. Dengan perkembangan yang terjadi di era globalisasi saat ini terhadap industri kuliner terjadi beberapa perubahan yang cukup signifikan terutama dalam bidang bisnis, kreativitas, gaya hidup, *trend*, maupun inovasi dalam mengolah dan menyajikannya. Dimana di era digital sekarang, sering terjadi peningkatan terhadap sektor-sektor industri terutama sektor yang ada di bidang industri kuliner (www.liputan6.com, diunduh pada tanggal 16 Februari 2021).

Di Indonesia sendiri sektor industri di bidang kuliner sudah marak sekali. Terbukti Indonesia memiliki banyak sekali restoran, baik itu restoran mahal maupun restoran cepat saji atau *fast food*. Sedangkan di dalam industri kuliner di Indonesia sendiri, restoran harus terus berusaha untuk menyajikan berbagai menu makanan yang unik, menarik dan nikmat serta selalu memberikan beragam penawaran yang menarik seperti memberikan banyak promosi yang menarik, memberikan kemudahan dalam memesan dengan menggunakan aplikasi *online* dan memiliki keunikan dari menu yang disesuaikan dengan lidah masyarakat Indonesia. Masyarakat yang ada di Indonesia lebih menyukai makanan *fast food* dibandingkan makanan restoran lainnya, dikarenakan banyaknya promosi dari mulut ke mulut

seperti rekomendasi dari keluarga dan teman atau melalui *website* atau email perusahaan tersebut maupun ulasan dari *media sosial* ([www.tribunnews.com](http://www.tribunnews.com), diunduh pada tanggal 17 Februari 2021).

*Fast food* merupakan makanan yang dibuat dan disiapkan dengan cepat dan dapat langsung disajikan. Orang lebih memilih makanan *fast food* dikarenakan penyediaannya yang mudah dan cepat, dimana cocok untuk pelanggan yang sibuk. Contoh dari makanan *fast food* adalah *fried chicken*, *pizza*, *hamburger*, *sandwich* dan beberapa makanan *fast food* lainnya. Dengan adanya makanan *fast food* ini berharap nantinya dapat membantu banyak pekerja, maupun kalangan anak muda yang ingin makanan *fast food* ini ([www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com), diunduh pada tanggal 1 Maret 2021).



**Gambar 1. 1 Pertumbuhan Industri makanan dan minuman pada tahun 2018**  
Sumber: [www.data.tempo.com](http://www.data.tempo.com), diunduh pada tanggal 1 Maret 2021

Pada gambar 1.1 ini menjelaskan mengenai pertumbuhan industri makanan dan minuman setiap tahunnya mengalami peningkatan sebesar 5 persen. *Fast food* sendiri digemari semua kalangan terutama kalangan anak muda, dikarenakan makanan *fast food* yang praktis dan siap saji. Walaupun mereka mengetahui bahwa makanan *fast food* ini belum tentu sehat dibandingkan mengkonsumsi makanan rumah. *Fast food* juga digemari oleh para pekerja kantoran, dikarenakan kesibukan para pekerja kantoran yang terkadang lebih memilih makanan *fast food* yang cepat, mudah didapatkan dan bisa memesan dengan mudah melalui aplikasi *online* yang cepat dalam pengirimannya tanpa perlu bingung maupun repot dikala kepadatan dan kesibukan pekerjaan mereka ([www.liputan6.com](http://www.liputan6.com), diunduh pada tanggal 17 Februari 2021).

Perkembangan teknologi di masa sekarang pun sangat berdampak terutama di dalam aspek kehidupan, tidak terkecuali dalam *fast food* yang memang sudah sangat berkembang pesat. *Platform* saat ini pun sudah sangat mengalami kemajuan yang sangat pesat. Dalam memesan makanan saat ini pun harus menggunakan aplikasi *online* atau dengan menggunakan jasa *delivery order*, yang dapat mempermudah pelanggan dalam memesan makanan dan dapat memudahkan pebisnis untuk menjual setiap produknya. Dengan adanya hal ini, pasti akan banyak pebisnis yang tertarik untuk membuka *startup* di bidang *fast food* dengan memanfaatkan digital berupa aplikasi online ataupun jasa *delivery order*. Walaupun nantinya setiap industri *fast food* akan memiliki ciri khasnya masing-masing, yang dapat menjadi keunggulan dari perusahaan tersebut, untuk menjadi daya tarik konsumen ([www.brilicious.brilio.net](http://www.brilicious.brilio.net), diunduh pada tanggal 16 Februari 2021).



**Gambar 1. 2 Logo dari pizza Hut**

Sumber: [www.google.com/search](http://www.google.com/search), diunduh pada tanggal 17 Februari 2021

Pada gambar 1.2 adalah logo dari pizza hut, logo ini sudah ada di Amerika Serikat yang sudah ada sejak pada tanggal 19 November 1958 hingga 17 Juni 1999 dan logo ini berlaku di seluruh dunia sejak tahun 2016 hingga saat ini. Pizza Hut merupakan restoran makanan barat waralaba yang awalnya berasal dari Amerika Serikat yang menu utamanya adalah pizza dengan kedai pizza yang kecil dan sederhana. Pizza Hut ini termasuk dalam restoran terbesar di dunia yang memiliki 5.600 restoran di 97 negara dan salah satunya ada di Indonesia. Pizza Hut di Indonesia pertama kali ada pada tahun 1984 di Jakarta tepatnya ada di Gedung Djakarta Theatre, di daerah Thamrin. Sedangkan pada tahun 2000, Pizza Hut untuk pertama kalinya dipindahkan di Gedung Cakrawala di daerah Thamrin hingga saat ini. Saat ini Pizza Hut sudah memiliki 200 restoran yang tersebar di 22 provinsi di Indonesia ([www.pizzahut.co.id](http://www.pizzahut.co.id), diunduh pada tanggal 17 Februari 2021).



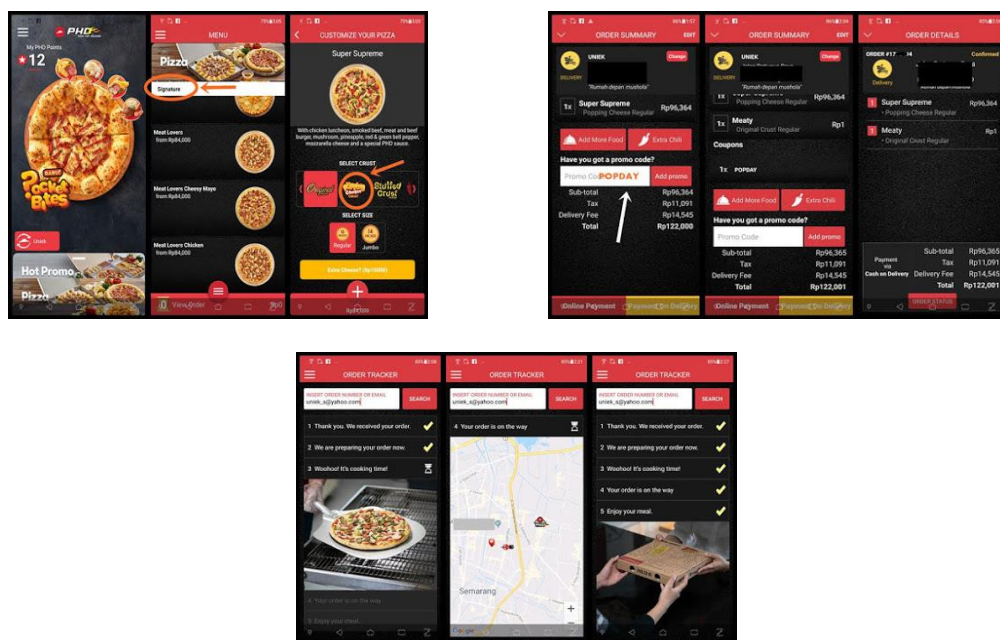
**Gambar 1. 3 Logo dari PHD (Pizza Hut Delivery)**

Sumber: [www.google.com/search](http://www.google.com/search), diunduh pada tanggal 18 Februari 2021

Gambar 1.3 adalah logo dari PHD atau *Pizza Hut Delivery*. Logo ini sudah ada di Indonesia pada bulan oktober 2007. Pizza Hut sendiri berusaha untuk dapat diterima oleh masyarakat terutama di Indonesia, yang dimana Pizza Hut berusaha membuat inovasi baru yaitu *Pizza Hut Delivery* atau PHD restoran pertama yang ada di Indonesia yang berusaha berfokus pada layanan pengiriman makan. Pada mulanya PHD ini membutuhkan tingkat penerimaan dari masyarakat yang cukup sulit dikarenakan konsep barunya yang masih asing dikalangan masyarakat. Tiga tahun pertama PHD hanya memiliki sembilan *outlet*. Namun pada tahun 2010 PHD mulai mengalami peningkatan dengan memiliki 23 *outlet*, dua tahun setelah itu PHD mengalami kenaikan yang cukup signifikan sekitar 76 *outlet* pada tahun 2012. Sejak saat itu mendorong kenaikan perusahaan dan per 31 desember 2017 pangsa pasar PHD menjadi 156 *outlet* ([www.sarimelatikencana.co.id](http://www.sarimelatikencana.co.id), diunduh pada tanggal 19 Februari 2021).

PHD juga berusaha untuk membantu kebutuhan akan layanan pesanan antar makanan *fast food* di tengah kesibukan maupun kemacetan lalu lintas, dan meningkatnya wanita karir. PHD sendiri berusaha untuk dapat meningkatkan niat beli pelanggan maupun loyalitas pelanggan untuk dapat meningkatkan pendapatan dan dapat diterima oleh masyarakat. Cara yang terpopuler di PHD untuk

membangun citra restorannya adalah pengiriman yang hanya 30 menit sudah sampai, jika hal ini tidak didapatkan oleh pelanggan maka konsumen akan menerima *voucher* pizza gratis dari PHD. PHD terus berusaha membangun citra ini sebagai restoran yang pengirimannya modern dengan menyediakan layanan yang cepat dan melalui situs web maupun aplikasi seluler. Selain aplikasi PHD ini PHD juga bekerjasama dengan grab food maupun go food, tetapi penelitian ini akan membahas dan meneliti lebih dalam mengenai aplikasi PHD ini (www.sarimelatikencana.co.id, diunduh pada tanggal 19 Februari 2021).



**Gambar 1. 4 Penggunaan Aplikasi PHD**

Sumber: www.indonesianfingers.com, diunduh pada tanggal 25 Februari 2021

Pada gambar 1.4 adalah gambar yang membahas cara penggunaan aplikasi dalam penggunaan pemesanan dari aplikasi PHD itu sendiri. Selain itu, pada saat pandemi seperti ini banyak orang akan cenderung memilih makanan dengan menggunakan aplikasi *online* atau *take away*, terutama dengan memesan menggunakan aplikasi yang mudah dalam pengiriman barangnya dan makanan

cepat sampai. Dimana hal ini akan mempermudah penjualan dari PHD yang sudah dari awal menggunakan *delivery order*, yang tidak harus bingung dalam mengganti sistem mereka yang memang sudah ada sejak dari awal, hanya saja perlu mengganti beberapa sistem dari aplikasi PHD untuk dapat mempermudah pelanggan dalam melakukan pemesanan maupun pembayaran seperti bekerjasama dengan *e-payment* yang akan mempermudah pelanggan dalam melakukan transaksi yang ada (www.katadata.co.id, diunduh pada tanggal 25 Februari 2021)

**Tabel 1. 1 Pesaing Aplikasi Merek PHD**

<b>Nama Aplikasi Merek</b>	<b>Rating</b>	<b>Jumlah review dari pengguna Aplikasi</b>
Pizza Hut Indonesia	4.7	92.000
Domino's Pizza Indonesia	4.2	27.000
KFCKU	2.6	132
Burger King Indonesia	2.5	177
Mcdelivery Indonesia	1.9	750

Sumber: www.apps.apple.com, diunduh pada tanggal 25 Februari 2021

Tabel 1.1 menunjukkan terjadi persaingan yang ketat diantara lima merek makanan *fast food* adalah restoran cepat saji di Indonesia. Pelanggan dari *fast food* memiliki banyak alasan tersendiri dalam membeli kembali PHD dengan berusaha menggunakan aplikasi PHD, terutama pada saat ini. Oleh karena itu PHD selalu meningkatkan aplikasi yang sudah dimiliki untuk dapat meningkatkan *mobile eWOM*. *Mobile eWOM* menurut Litvin et al., (2008), sebagai komunikasi informal yang diarahkan kepada pelanggan dengan memanfaatkan teknologi yang berkaitan dengan karakteristik yang baik pada layanan tertentu maupun pada penjual. Oleh karena itu aplikasi PHD berusaha untuk memberikan banyak promo melalui media sosial agar banyak pelanggan yang mengetahui terutama dengan menggunakan

*Mobile eWOM*. Dengan adanya hal ini diharapkan penjualan semakin meningkat dengan menggunakan aplikasi PHD.



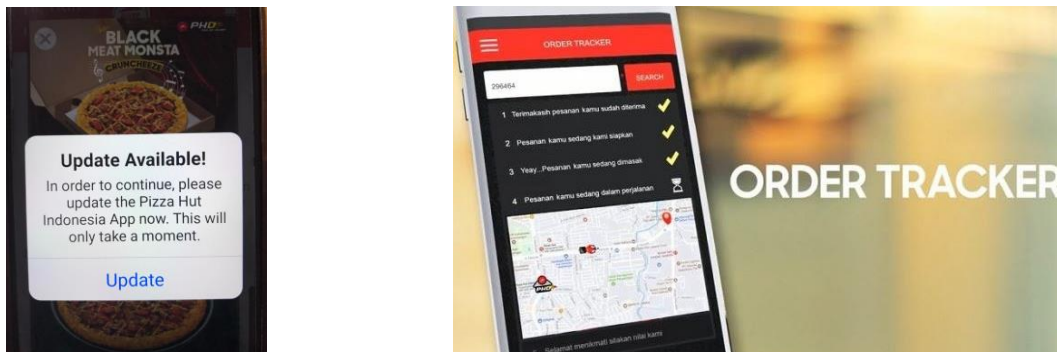
**Gambar 1. 5** Promo yang ada di dalam aplikasi PHD

Sumber: Aplikasi Pizza Hut Indonesia, diunduh pada tanggal 25 Februari 2021.

Pada gambar 1.5 adalah promosi yang diberikan melalui aplikasi PHD.

*System quality* merupakan suatu komponen yang saling berkaitan dan saling berinteraksi antara satu dengan yang lain untuk dapat mencapai sebuah tujuan. Sistem ini biasanya terbagi menjadi sub sistem yang lebih kecil yang nantinya akan mendukung sistem yang lebih besar, hal ini dapat menghasilkan kepuasan pelanggan penelitian ini dikemukakan oleh (Romney et al., 2015). Oleh karena itu *System quality* ini sendiri melakukan perbaikan pada kualitas dari aplikasinya dengan terus mengupdate aplikasi dari PHD agar tidak terjadi *error* atau *ngebug* dalam sistem maupun dapat melakukan order tracker, agar *perceived value* dari pelanggan terus meningkat.

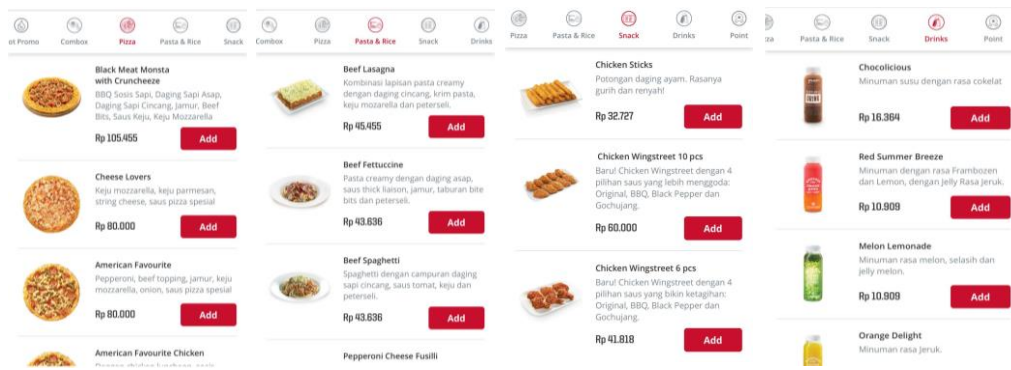




**Gambar 1. 6 Update dari aplikasi PHD dan Order tracker.**

Sumber: Aplikasi Pizza Hut Indonesia dan [www.google.com/](http://www.google.com/), diunduh pada tanggal 28 Februari 2021

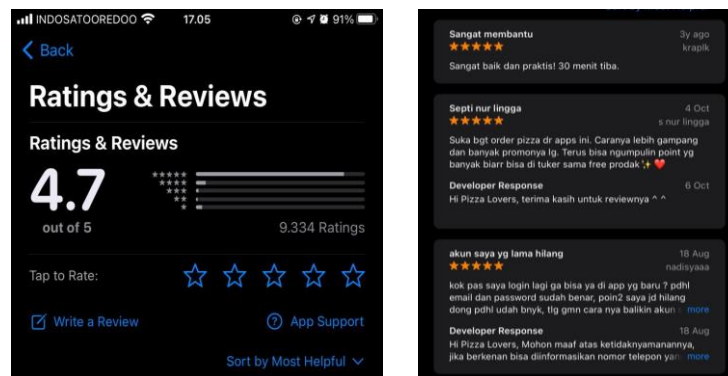
Pada gambar 1.6 adalah gambar yang mellihatkan bahwa aplikasi dari aplikasi PHD sendiri selalu terupdate dan aplikasi PHD sendiri juga ada *order tracker* yang bisa membantu pelanggan dalam memantau pesanan yang mereka pesan sudah sampai mana. Hal ini sengaja dibuat oleh PHD untuk kenyamanan pelanggan terutama dalam melakukan pemesanan melalui *delivery order*. *Overall restaurant image* menurut Han et al., (2017) merupakan suatu gambaran dari keseluruhan restoran sebagai pandangan, opini dan ide dari pelanggan tentang restoran, merek, dan layanan. Di sektor restoran, *brand image* produk atau layanan dianggap sebagai pendorong penilaian kualitas. Oleh karena itu restoran terus menjaga nama baik restorannya agar *image* dari perusahaan di mata pelanggan tetap terjaga dengan baik.



**Gambar 1. 7 Menu dari aplikasi PHD**

Sumber: Aplikasi Pizza Hut Indonesia, diunduh pada tanggal 28 Februari 2021

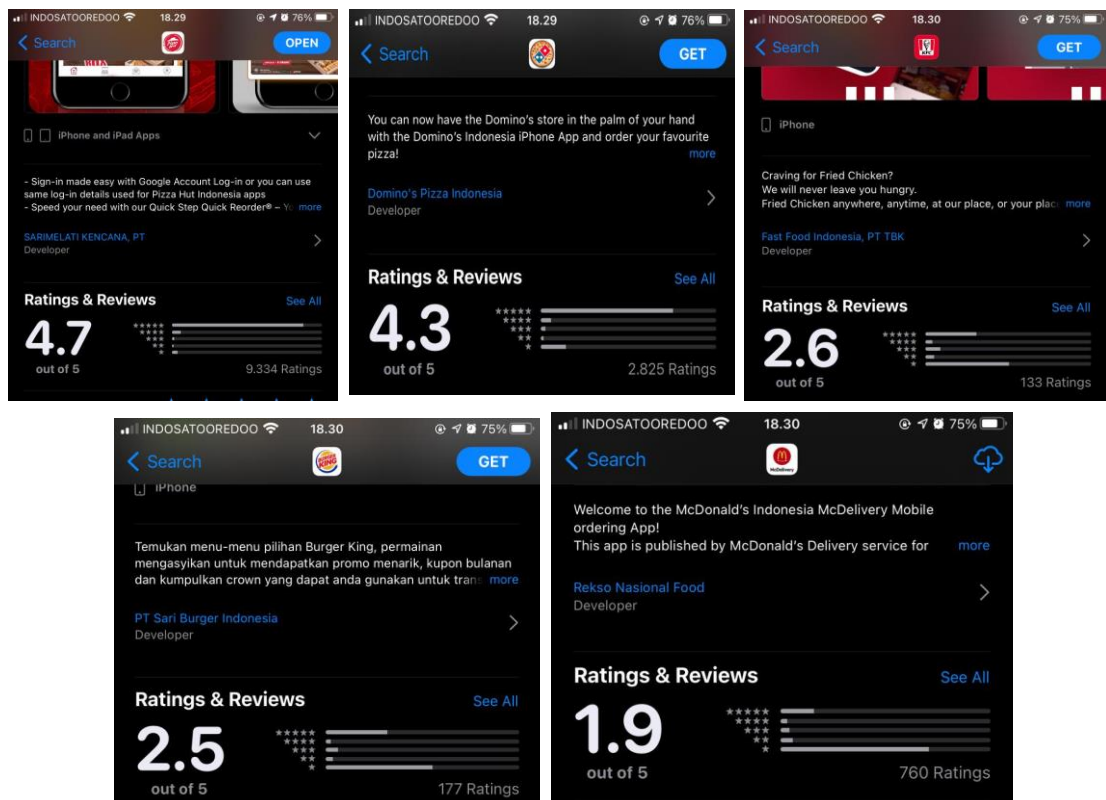
Pada gambar 1.7 ini melihatkan semua menu makanan dan minuman yang ada di dalam aplikasi PHD. *Perceived value* merupakan *trade off* antara manfaat dan pengorbanan dari keseluruhan yang berkaitan dengan layanan tertentu penelitian ini dikemukakan oleh (Jiang et al., 2016). *Perceived value* ini merupakan nilai yang dirasakan oleh konsumen dalam keputusan pembeliannya. Oleh karena itu, PHD terus *memboomingkan* dibagian aplikasi PHD sendiri dan terus memperbaiki dari sisi aplikasinya agar *image* masyarakat terhadap PHD terus baik dan tidak menggunakan aplikasi selain PHD.



**Gambar 1. 8 Ratings dan reviews dari pelanggan dan fast respon dari pihak PHD sendiri.**

Sumber; www.apps.apple.com, diunduh pada tanggal 28 Februari 2021

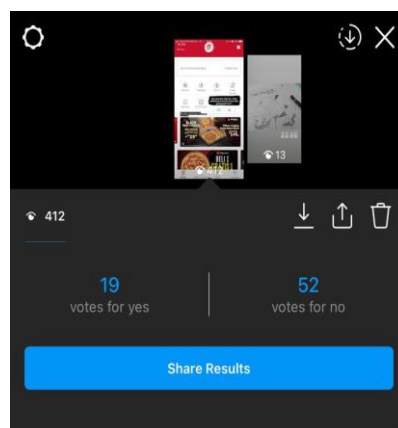
Pada gambar 1.8 adalah *ratings* dan *reviews* dari semua pengguna maupun pelanggan dari PHD. Yang dimana di gambar tersebut juga dilibatkan *fast respon* maupun respon dari pihak PHD yang sangat baik dan ramah, walaupun ada pelanggan yang memberikan *comment* tidak menyenangkan tetapi dari pihak PHD pun tetap memberikan respon yang sangat baik terhadap pelanggannya. *Repurchase Intention* menurut Razak et al., (2019) merupakan komitmen dari individu yang terjadi setelah seseorang melakukan pembelian barang maupun jasa. Niat dan sikap pembelian ini terjadi karena individu tersebut merasa puas dengan pembelian sebelumnya.



**Gambar 1. 9 Rating dan jumlah pengguna dari PHD maupun pesaingnya**  
 Sumber: www.apps.apple.com, diunduh pada tanggal 28 Februari 2021.

Pada gambar 1.9 adalah *screenshot* dari rating dan jumlah pengguna dari PHD dari semua pesaing *fast food* yang menjual produknya dengan menggunakan aplikasi. Hal ini dapat dibuktikan dari *rating* dan *review* pelanggan yang membeli makanan dan minum melalui aplikasi PHD terutama aplikasi PHD lebih banyak yang memilih dibandingkan pesaing lainnya. Dari penelitian ini nantinya akan meneliti apakah *Mobile eWOM*, *System Quality*, *Overall Restaurant Image*, *Perceived Value* memiliki pengaruh yang positif terhadap *Repurchase Intention*.

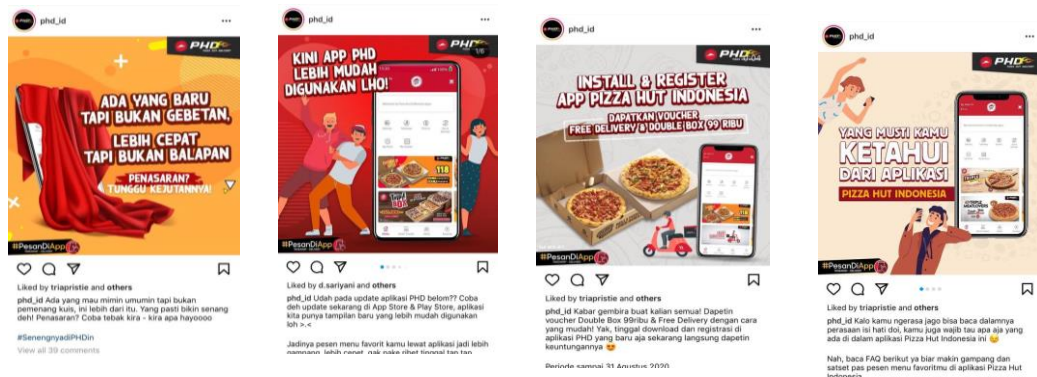
Aplikasi PHD ini menarik untuk diteliti dikarenakan merupakan aplikasi pertama yang melakukan *delivery* di Indonesia dan masih banyak pelanggan yang belum mengenal aplikasi dari PHD dan adanya pergantian aplikasi yang dimana aplikasi Pizza Hut dengan PHD sejak 21 Juni 2020 sudah di *update* untuk menjadi satu aplikasi, agar mempermudah pelanggan dalam memesan pizza hut maupun PHD yang hal ini masih banyak orang belum mengetahuinya. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat membuat banyak pelanggan yang membeli produk PHD melalui aplikasi PHD sendiri bukan melalui aplikasi lainnya.



**Gambar 1. 10 Perubahan aplikasi Pizza Hut dan PHD yang bergabung menjadi Pizza Hut Indonesia**

Sumber: [www.apps.instagram.com](http://www.apps.instagram.com), diunduh pada tanggal 1 April 2021.

Pada gambar 1.10 adalah gambar yang menjelaskan tentang perubahan aplikasi dari pizza hut dan PHD yang bergabung menjadi satu pada tanggal 21 Juli 2020.



**Gambar 1. 11 Survie yang dilakukan seberapa banyak yang mengetahui perubahan dari aplikasi Pizza Hut dan PHD**

Sumber: [www.instagram.com](http://www.instagram.com), di unduh pada tanggal 1 April 2021

Pada gambar 1.11 adalah survei yang saya lakukan melalui media sosial *instagram* banyak orang yang masih belum mengerti dan mengenal bahwa adanya perubahan dari aplikasi PHD dan Pizza Hut yang bergabung menjadi satu aplikasi yaitu Pizza Hut Indonesia dan hal ini akan semakin menarik untuk diteliti, agar saat pelanggan yang ingin melakukan pembelian tidak mengalami kebingungan pada aplikasi PHD maupun Pizza Hut karena hal ini yang sering terjadi kerancuan pada masyarakat Indonesia.

## 1.2. Batasan Masalah

Adapun batasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini meneliti tentang *mobile eWOM* (*information quality, source credibility, review valence*), *system quality* (*navigation system, compatibility, ease of use*), dan *overall restaurant image* (*food quality, cuisiner quality, service quality*). Terhadap *perceived value* (*utilitarian value, hedonic value, social value*) melalui *repurchase intention*.
2. Penelitian ini dilakukan di Surabaya, kepada pelanggan yang telah membeli, mengkonsumsi dan menggunakan aplikasi Pizza Hut *delivery* atau PHD di Surabaya.
3. Pengujian terhadap model yang diteliti menggunakan data dari hasil pembagian kuesioner kepada objek yang diteliti.
4. Adapun karakteristik responden yang diteliti sebagai berikut:
  1. Responden pria dan wanita
  2. Berusia 18-60 tahun, melakukan pembelian dan mengkonsumsi PHD minimal 2 kali dalam 1 tahun terakhir
  3. Bertempat tinggal di Surabaya
  4. Perhitungan dan analisis hasil kuesioner menggunakan AMOS 22.0
  5. Pernah mendapatkan referensi positif atau *mobile eWOM* dari teman.

### 1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan data-data dan fakta yang ada di dalam latar belakang penelitian ini, dapat dirumuskan menjadi rumusan masalah secara spesifik. Rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *mobile e-WOM* memiliki pengaruh signifikan terhadap *perceived value* pada pelanggan produk PHD di Surabaya?
2. Apakah *system quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap *perceived value* pada pelanggan produk PHD di Surabaya?
3. Apakah *overall restaurant image* memiliki pengaruh signifikan terhadap *perceived value* pada pelanggan produk PHD di Surabaya?
4. Apakah *perceived value* memiliki pengaruh signifikan terhadap *customers' repurchase intention* pada pelanggan produk PHD di Surabaya?

### 1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan batasan masalah diatas maka tujuan dibuatnya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh positif *mobile e-WOM* terhadap *perceived value* pada pelanggan produk PHD di Surabaya.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh positif *system quality* terhadap *perceived value* pada pelanggan produk PHD di Surabaya.
3. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh positif *overall restaurant image* terhadap *perceived value* pada pelanggan produk PHD di Surabaya.

4. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh positif *perceived value* terhadap *customers repurchase intention* pada pelanggan produk PHD di Surabaya.

## **1.5. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Manfaat dalam penelitian ini terdiri dari 2 bagian yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis dengan penjelasan sebagai berikut:

### **1.5.1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi khususnya mengenai faktor *mobile eWOM* (*information quality, source credibility, review valence*), *system quality* (*navigation system, compatibility, ease of use*), dan *overall restaurant image* (*food quality, cuisiner quality, service quality*). Terhadap *perceived value* (*utilitarian value, hedonic value, social value*) melalui *repurchase intention* serta bagaimana masing-masing teori yang dapat saling mempengaruhi satu dengan yang lainnya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai studi banding oleh peneliti lainnya yang ingin meneliti masalah yang sama dan dapat mengembangkan dari berbagai segi yaitu segi objek yang diteliti maupun variabel yang akan digunakan di masa mendatang. Dapat dijadikan sebagai bahan referensi atau kajian yang memperkaya penelitian berikutnya maupun para pembelajar dalam mengembangkan penelitian berikutnya untuk studinya.



### **1.5.2. Manfaat Praktis**

Bagi pihak *management* Pizza Hut *delivery* (PHD) penelitian ini dapat membantu untuk mengatur strategi pemasaran aplikasi PHD serta mengevaluasi strategi tersebut sesuai dengan hasil analisis dari penelitian ini. Selain itu, hasil penelitian ini dapat membuat pemilik aplikasi PHD lebih mempertimbangkan variabel-variabel yang ada terutama variabel *repurchase intention*. Dengan demikian, aplikasi PHD akan dapat semakin berkembang dan dapat bersaing di pasar Indonesia terutama di dalam bidang *fast food*.

## **1.6 Sistematika Penelitian**

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan secara singkat tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik manfaat teoritis dan manfaat praktis, dan sistematika penelitian.

### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Bab ini berisi tentang teori-teori *mobile eWOM* (*information quality, source credibility, review valence*), *system quality* (*navigation system, compatibility, ease of use*), dan *overall restaurant image* (*food quality, cuisiner quality, service quality*). Terhadap *perceived value* (*utilitarian value, hedonic value, social value*) melalui *repurchase intention*. Bab ini juga berisi penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, model penelitian dan bagan alur penelitian.

### **BAB III: METODOLOGI PENELITIAN**

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

### **BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi mengenai gambaran umum dari objek penelitian, yaitu aplikasi PHD di Surabaya: analisis data yang meliputi hasil statistika deskriptif, hasil pengujian kualitas data, hasil pengujian hipotesis serta pembahasan dari hasil analisis data tersebut.

### **BAB V: KESIMPULAN**

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian, implikasi dari hasil penelitian dan rekomendasi untuk mengatasi masalah yang ada dalam penelitian ini.