

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Setiap tahun penduduk Indonesia meningkat 3,7 - 4 juta jiwa, hal ini menunjukkan bahwa perkembangan pertumbuhan penduduk Indonesia tergolong cukup tinggi. Oleh karena itu perlu adanya perkembangan di sektor pangan, karena untuk dapat bertahan hidup faktor yang paling utama adalah makanan yang dapat dikonsumsi agar menjadi daya tahan tubuh kita. Tetapi sektor pangan di Indonesia masih kurang baik karena masih tinggi angka kekurangan gizi bagi masyarakat Indonesia. Oleh karena itu seiring membaiknya pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada awal 2020, membuat pemerintah ingin mendorong sektor pangan di Indonesia untuk memperbaiki gizi masyarakat (<https://republika.co.id/> & <https://www.ekon.go.id/>, diunduh pada tanggal 28 Februari 2021).

Pangan adalah salah satu kebutuhan dasar yang sangat dibutuhkan oleh manusia, karena manusia membutuhkan gizi untuk memenuhi kebutuhan tubuh untuk bertahan hidup. Salah satunya untuk memenuhi kebutuhan gizi tubuh manusia memerlukan makanan. Makanan adalah bahan selain obat yang mengandung zat gizi untuk meningkatkan kekebalan tubuh manusia bila dimasukkan ke dalam tubuh dengan cara dikonsumsi. Kebiasaan manusia untuk mengonsumsi makanan pastinya terjadi berulang-ulang, maka dari itu

makanan menjadi salah satu kebutuhan yang pasti dikonsumsi oleh manusia.

(<http://eprints.uny.ac.id>, diunduh pada tanggal 28 Februari 2021).



**Gambar 1.1 Indeks Ketahanan Pangan di Indonesia**

Ketahanan pangan di Indonesia menunjukkan peningkatan dari tahun 2012 sampai 2018. Dari indikasi ketahanan pangan (*Global Food Security Index/GFSI*) pada tahun 2012 Indonesia mendapat nilai 46,8 meningkat menjadi 54,8 pada 2018. dari skor tersebut Indonesia saat ini berada pada peringkat 65 di dunia atau di posisi 5 di ASEAN. (<https://databoks.katadata.co.id>, diunduh pada tanggal 28 Februari 2021).

Di era globalisasi ini, perkembangan yang sangat pesat terjadi dalam segala sektor kehidupan masyarakat. Mulai dari sektor Pendidikan, sektor ekonomi, serta sektor kebudayaan. Perubahan tersebut juga terjadi dalam gaya hidup (*lifestyle*) masyarakat di Indonesia. Salah satu contohnya adalah kemunculan

restoran cepat saji (*fast food*) yang dahulu belum ada di Indonesia, kini marak kita jumpai di berbagai lokasi. Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin pesat, kemunculan restoran cepat saji ini pun semakin pesat dan jumlahnya semakin banyak. (<http://digilib.unimed.ac.id/>, diunduh pada tanggal 28 Februari 2021).

Kabupaten/Kota	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Kabupaten</b>					
Pacitan	12	20	20	26	25
Ponorogo	14	38	38	61	60
Trenggalek	29	29	29	29	93
Tulungagung	19	38	38	42	42
Blitar	30	43	43	43	45
Kediri	32	57	57	102	114
Malang	190	195	195	202	202
Lumajang	37	21	21	104	111
Jember	56	67	67	31	33
Banyuwangi	107	88	88	88	100
Bondowoso	31	37	37	43	51
Situbondo	23	48	48	22	22
Probolinggo	17	29	29	20	24
Pasuruan	7	37	37	24	25
Sidoarjo	33	124	124	121	147
Mojokerto	23	29	29	29	34
Jombang	18	21	21	10	13
Nganjuk	25	24	24	22	31
Madiun	20	31	31	31	31
Magetan	12	52	52	49	49

Ngawi	11	12	12	10	13
Bojonegoro	40	72	72	22	26
Tuban	35	27	27	76	76
Lamongan	28	20	20	24	25
Gresik	23	23	23	105	106
Bangkalan	15	19	19	23	23
Sampang	7	12	12	13	11
Pamekasan	27	26	26	29	29
Sumenep	28	17	17	39	43
<b>Kota</b>					
Kediri	35	25	25	25	35
Blitar	41	34	34	22	22
Malang	173	707	707	707	1 028
Probolinggo	17	21	21	35	34
Pasuruan	26	90	90	53	30
Mojokerto	14	14	14	11	10
Madiun	38	27	27	13	17
Surabaya	383	713	790	1 083	1 341
Batu	30	43	43	43	48
<b>Jawa Timur</b>	<b>1 706</b>	<b>2 930</b>	<b>3 007</b>	<b>3 432</b>	<b>4 169</b>

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Timur

**Gambar 1.2 Jumlah restoran di Jawa Timur**

Sumber: <https://jatim.bps.go.id>, diunduh pada tanggal 28 Februari 2021

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa dari tahun 2014-2018 dapat disimpulkan bahwa Jawa Timur adalah lahan yang tepat sebagai tempat untuk membangun restoran. Selain karena Jawa Timur sebagai provinsi kedua setelah DKI Jakarta, perekonomian di Jawa Timur tergolong baik. Dari data tersebut kita dapat mengetahui bahwa Surabaya mengalami penambahan restoran di setiap tahunnya, sehingga Surabaya menjadi salah satu kota yang memiliki potensi yang besar untuk menjadi lahan usaha. (<https://jatim.bps.go.id>, diunduh pada tanggal 28 Februari 2021).

Restoran cepat saji (*Quick Serve Restaurant*) adalah rumah makan yang menghadirkan makanan dan minuman dalam waktu relatif singkat dari

pemesanan sampai penyajian kepada pelanggan. Restoran ini mengandalkan kecepatan di dalam pelayanannya sehingga pembeli tidak menunggu lama agar dapat menikmati makanannya. Untuk restoran yang memiliki sistem cepat saji, mereka dapat menggunakan kios maupun tempat yang bahkan tidak ada tempat duduknya karena banyak orang yang mengandalkan restoran cepat saji ini untuk dibawa pulang (*take a way*). Untuk menjaga kualitas makanannya kebanyakan restoran cepat saji mengirim bahan-bahan makanannya dari pusat ke masing-masing cabangnya. Restoran cepat saji masuk ke Indonesia sejak tahun 1970 an yang semakin lama semakin banyak. Kebanyakan restoran cepat saji merupakan waralaba atau cabang yang berasal dari luar negeri ([www.https://id.wikipedia.org/wiki](https://id.wikipedia.org/wiki), diunduh pada tanggal 28 Februari 2021).

Konsep restoran cepat saji yang marak berkembang di Indonesia sangat sesuai dan cocok dengan perkembangan gaya hidup masyarakat saat ini di era globalisasi. Dalam konsep pemasaran, harga suatu produk dapat ditentukan dari berbagai faktor yaitu permintaan dan penawaran. Oleh karena itu, konsep pemasaran menggabungkan beberapa elemen seperti mengidentifikasi kebutuhan konsumen, merancang, dan mengembangkan produk sesuai keinginan konsumen, menetapkan harga produk, serta cara promosinya. Melalui pemahaman ini, konsep yang diusung restoran cepat saji sangat sesuai dengan kebutuhan konsumen di era globalisasi ini. ([www.talenta.co/blog](http://www.talenta.co/blog), diunduh pada tanggal 28 Februari 2021).

Perubahan gaya hidup di zaman sekarang banyak orang yang lebih memilih untuk kepraktisan yang lebih, mereka beranggapan waktu adalah uang sehingga tidak ingin menunggu waktu yang lama untuk sebuah hidangan yang ingin mereka konsumsi. Apalagi ditambah oleh pengaruh globalisasi yang membuat masyarakat di Indonesia mulai mengikuti kebiasaan-kebiasaan atau pola hidup orang barat. Karena terpengaruh gaya hidup orang barat yang lebih praktis, membuat orang-orang menjadi ingin hidup yang lebih praktis. Dari pola makan tradisional menjadi pola makan barat membuat orang-orang beralih ke makanan cepat saji. Akibat terjadi transisi ekonomi membuat masyarakat tidak memikirkan harga, melainkan memikirkan kebutuhannya saja. Restoran cepat saji relatif lebih mahal daripada makanan biasanya, tetapi hal ini bukan menjadi pertimbangan bagi masyarakat karena mereka mengejar kepraktisan yang tidak mereka dapatkan dari restoran yang tidak cepat saji. ([www.http://repository.usu.ac.id/](http://repository.usu.ac.id/), diunduh pada tanggal 28 Februari 2021).

Alasan perkembangan restoran cepat saji yang semakin marak di Indonesia ini juga didukung karena konsep yang diusung restoran cepat saji memikat kebutuhan masyarakat Indonesia. Dari segi pelayanan, pelayanan yang diberikan oleh restoran cepat saji, sesuai namanya, cenderung cepat dan instan. Kualitas layanan yang baik akan menciptakan kepuasan pelanggan, sehingga dapat mempengaruhi intensitas kunjungan pelanggan dalam kesempatan berikutnya. Oleh karena itu, pelayanan restoran cepat saji yang instan, menjadi salah satu faktor utama berkembangnya restoran cepat saji di Indonesia. Tidak

hanya cepat, pelayanan di restoran cepat saji juga cenderung ramah kepada konsumen. (<https://core.ac.uk>, diunduh pada tanggal 28 Februari 2021).

Restoran cepat saji masuk ke Indonesia pada tahun 1970-an dan mulai berkembang di tahun 1990-an dengan jumlah 35 merk yang di waralabakan. Lalu pada tahun 2008 meningkat drastis menjadi sekitar 700 merk yang di waralabakan dari merk yang banyak beredar banyak dari restoran tersebut tidak hanya memberikan tempat makan saja, melainkan mereka memikirkan keinginan konsumen seperti menyediakan paket untuk ulang tahun dan menyediakan tempat untuk merayakannya. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri untuk para konsumen, dan restoran cepat saji dapat memberikan jasa yang diinginkan konsumen. Sehingga sangat wajar jika variasi dan sistem pelayanan sebuah restoran mempengaruhi keputusan seseorang untuk membeli produknya. ([www.https://repository.uksw.edu/](http://www.https://repository.uksw.edu/), diunduh pada tanggal 28 Februari 2021).

Dari survei yang dilakukan oleh AC Nilsen bahwa 69% masyarakat kota di Indonesia mengkonsumsi *fast food* yaitu 33% menyatakan makan siang sebagai waktu yang tepat untuk makan di restoran *fast food*, 25% untuk makan malam, 9% menyatakan sebagai makanan selingan dan 2% memilih untuk memilih untuk makan pagi (Nilsen, 2008).

Salah satu faktor kemunculan kebiasaan masyarakat Indonesia untuk mengkonsumsi makanan cepat saji ini adalah karena kesibukan masyarakat Indonesia. Konsep restoran cepat saji ini sangat cocok untuk menyesuaikan

gaya hidup masyarakat, karena makanan *fast food* ini dapat dikonsumsi kapan saja dan dimana saja. Dikarenakan kesibukan masyarakat Indonesia yang terus meningkat, jam kerja yang padat, pelayanan penyajian restoran cepat saji yang instan menjadi pilihan bagi konsumen) ([www.https://akusangpencerita.wordpress.com/](https://akusangpencerita.wordpress.com/), diunduh pada tanggal 28 Februari 2021).

Value Sales and Growth of Indonesia's Foodservice by Subsector, 2014  
In US\$ Millions

Subsector	2013	2014	2015 <sup>E</sup>	2016 <sup>F</sup>	2019 <sup>F</sup>	% CAGR 2010-14	% CAGR 2015 <sup>E</sup> -19 <sup>F</sup>
Total Consumer Foodservice	33,625.9	36,814.8	39,906.4	43,310.8	56,290.7	8.7	9.0
Full-Service Restaurants	27,486.2	30,022.8	32,465.4	35,152.5	45,423.5	8.5	8.8
Cafés/Bars	3,298.6	3,634.9	3,969.0	4,338.8	5,756.0	9.4	9.7
Fast Food	1,442.8	1,651.3	1,861.1	2,092.8	2,941.5	12.7	12.1
Street Stalls/Kiosks	1,203.6	1,291.9	1,376.4	1,468.7	1,821.1	6.3	7.2
Pizza Consumer Foodservice*	356.8	411.9	474.2	542.5	755.1	11.6	12.3
Self-Service Cafeterias	179.9	196.8	211.7	228.1	288.9	8.9	8.1
100% Home Delivery/Takeaway	14.9	17.1	22.8	29.8	59.8	57.2	27.3

*Note:* Pizza consumer foodservice is including three sub-sectors (pizza fast food, pizza full-service restaurants and pizza 100% home delivery/takeaway). These sub-sectors are already included in the total fast food, total full-service restaurants and total 100% home delivery/takeaway sectors. Thus, pizza consumer foodservice is not included in the total consumer foodservice value sales.  
F: Forecast. E: Estimated. CAGR: Compound Annual Growth Rate.

Source for all: Euromonitor International, 2016.

Gambar 1.3 Statistik Peningkatan Penjualan Foodservice di Indonesia (<https://marketeters.com/>, diunduh pada tanggal 28 Februari 2021)

Dari grafik diatas, dapat terlihat bahwa restoran dengan layanan lengkap, *fast food*, dan kedai makanan pinggir jalan merupakan tiga jenis restoran teratas yang menggenjot roda bisnis industri restoran di Indonesia. Restoran cepat saji memiliki peningkatan yang cukup signifikan di setiap tahunnya. Beberapa contoh tiga pemain besar di sektor ini, diantaranya lain seperti PT Fast Food Indonesia Tbk, yang menaungi bisnis Kentucky Fried Chicken (KFC); PT MAP Boga Adiperkasa Tbk, sebagai pemegang kendali raksasa kedai kopi dunia Starbucks; dan PT Sarimelati Kencana Tbk., yang memayungi Pizza Hut.



Pertumbuhan dan perkembangan restoran cepat saji ini akan terus meningkat seiring berjalannya waktu.

Menurut Wakil Ketua Umum Bidang Restoran Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia Sudrajat mengatakan, restoran siap saji merupakan salah satu subsektor industri kuliner dengan kinerja cukup stabil. Restoran siap saji tumbuh stabil dan akan semakin baik. Mereka selalu tumbuh di kisaran 10% hingga 15% [setiap tahunnya]. Hal ini juga tercermin dari Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) yang selalu meningkat setiap tahun. Menurut survey, di tahun 2016, IKK mencapai 110 poin dan di setiap tahunnya selalu meningkat 10-15%. Faktor pendukung lainnya adalah masyarakat Indonesia juga mengikuti trend makan di luar rumah, banyak masyarakat Indonesia yang lebih memilih untuk makan di luar rumah dengan teman maupun keluarga dibandingkan makan dirumah. Oleh sebab itu, kebanyakan masyarakat Indonesia memilih restoran yang cepat saji karena restoran cepat saji tersebar di berbagai lokasi dan mudah dijangkau oleh berbagai kalangan masyarakat. Selain itu, menu yang ditawarkan oleh restoran cepat saji cenderung bervariasi serta cocok dengan selera orang Indonesia. ([www.https://ekonomi.bisnis.com](https://ekonomi.bisnis.com), diunduh pada tanggal 28 Februari 2021).

Beberapa restoran cepat saji yang sudah berkembang besar di Indonesia, seperti contohnya McDonald, Kentucky Fried Chicken (KFC), Pizza Hut, Domino's Pizza, mengutamakan loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) di dalam *branding* nya. Loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) merupakan respon

yang berkaitan erat dengan ikrar untuk memegang teguh komitmen yang mendasari keberlanjutan relasi, dan biasanya tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten (Tjiptono & Gregorius, 2015). Salah satu faktor kunci yang menjadi perhatian perusahaan adalah loyalitas konsumen (Mise et al., 2013). Loyalitas tidak tumbuh begitu saja, tetapi diperlukan strategi dalam hal pengelolaan konsumen guna memperolehnya. Perusahaan harus mampu mengenal apa yang menjadi kebutuhan dan harapan konsumen saat ini maupun yang akan datang (Pradipta, 2012). Berbagai restoran cepat saji ternama di Indonesia berkomitmen menunjukkan “sikap” serta “citra” perusahaan mereka agar bisa mendapatkan loyalitas pelanggan. Dengan mempertahankan loyalitas pelanggan, perusahaan dapat mempertahankan pelanggan lama sekaligus mendapatkan pelanggan baru. Loyalitas pelanggan dapat dicapai saat konsumen puas dengan kualitas produk yang mereka beli. Oleh karena itu, berbagai restoran cepat saji ternama di Indonesia selalu memperhatikan kualitas produk yang mereka berikan kepada pelanggan. Setiap restoran, apalagi yang sudah ternama, pasti memiliki SOP (*Standard Operating Procedure*) serta proses QC (*Quality Control*) yang ketat guna membuat konsumen puas dan tidak beralih ke merk lain. Kualitas suatu produk akan menentukan “citra” dari perusahaan mereka. Jika kualitas suatu produk mereka kurang berkualitas, maka pelanggan akan merasa kecewa serta dirugikan sebab nilai (*value*) yang mereka dapatkan tidak sesuai dengan sejumlah harga yang sudah mereka keluarkan. Penelitian lainnya juga dilakukan oleh Sembiring dkk. (2014) menyatakan bahwa kualitas produk terbukti memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap loyalitas

pelanggan. (www.<https://ojs.unud.ac.id>, diunduh pada tanggal 28 Februari 2021).

Restoran cepat saji di zaman sekarang sudah menjadi salah satu tempat untuk berkumpul bagi para remaja maupun keluarga. Banyak sekali masyarakat Indonesia yang menggunakan fasilitas dari restoran cepat saji menjadi tempat mereka untuk berkumpul dan berbincang. Bahkan setelah pulang sekolah, pulang kuliah, ataupun pulang kerja dapat dilihat bahwa di restoran cepat saji menjadi salah satu tempat mereka berkumpul untuk mengerjakan tugas atau pekerjaan karena didukung dengan akses *wi-fi* yang cukup cepat, tidak jarang juga mereka yang hanya ingin berkumpul bersama teman maupun keluarga untuk saling bertukar cerita. Restoran cepat saji biasanya mudah dijangkau oleh para kalangan sehingga saat jam pulang kerja atau sekolah biasanya restoran cepat saji dipenuhi oleh pengunjung yang baru pulang sekolah ataupun kerja. Karena mereka selain berkumpul dengan teman, mereka juga menunggu jalanan agar tidak terlalu macet ketika mereka pulang. (www.<https://bandung.bisnis.com/>, diunduh pada tanggal 28 februari 2021).

Hal lain yang menyebabkan restoran cepat saji menjadi pilihan buat mereka yang ingin berkumpul yaitu lokasi restoran cepat saji yang mudah dijangkau dan lokasi restoran tersebut tersedia di berbagai lokasi. Selain lokasi yang mudah dijangkau biasanya restoran cepat saji memiliki lahan parkir yang cukup luas, sehingga memudahkan akses bagi mereka yang menggunakan kendaraan roda dua maupun roda empat. Dengan akses parkir yang besar ini membuat

masyarakat menjadi tidak memikirkan susahny mencari parkir karena sudah tersedia lahan yang disediakan oleh restoran tersebut. ([www.https://blog.mokapos.com/](https://blog.mokapos.com/), diunduh pada 1 maret 2021).

Salah satu restoran fast food yang cukup digemari masyarakat Indonesia adalah Pizza Hut. Pizza Hut berdiri tahun 1958, yang didirikan oleh Dan dan Frank Carney di salah satu kota bernama Wichita. Restoran ini dikenal dengan makanan Italia seperti pizza dan pasta. Setelah enam bulan berjalan mereka dapat membangun restoran cabang kedua mereka, dan dalam satu tahun mereka berhasil mendirikan enam restoran cabang. Pada tahun 2019 total cabang restoran Pizza Hut ada 18.703 restoran, dan menjadikan rantai restoran pizza terbesar di dunia. Tahun 2017 Pizza Hut terdaftar oleh perusahaan yang terdaftar di Inggris, dan masuk ke dalam 200 merk yang berpengaruh di dunia. ([www.https://id.wikipedia.org/wiki/Pizza\\_Hut](https://id.wikipedia.org/wiki/Pizza_Hut), diunduh pada 1 maret 2021).

Merk Pizza Hut sudah populer di luar negeri, sehingga menjadi daya tarik bagi orang Indonesia untuk membuka waralaba atau cabang di Indonesia. Karena Pizza Hut merupakan restoran pizza terbesar dan sudah mendunia dengan lokasi gerai mereka yang sudah berada lebih dari 86 negara. Lalu restoran pizza yang pertama masuk ke Indonesia yaitu merk Pizza Hut. Dengan memiliki nilai dagang sebuah merk yang tinggi, membuat Pizza Hut menjadi daya tarik tersendiri bagi para konsumen. Untuk menembus pasar internasional, Pizza Hut memiliki budaya kerja yang sangat baik yang meliputi pengembangan usaha, kualitas, kredibilitas, dan kegunaan. Lalu dengan waktu

penyajian yang singkat membuat konsumen merasa terpuaskan dengan pelayanannya, dan memberikan berbagai macam paket menu pizza dengan harga terjangkau yang membuat konsumen ingin kembali lagi ke restoran tersebut. (<http://eprints.umpo.ac.id>, diunduh pada 1 Maret 2021).

Pizza Hut Indonesia saat ini berada di bawah naungan PT. Sarimelati Kencana. Pizza Hut pertama kali masuk ke Indonesia pada tahun 1984 di Gedung Djakarta Theater yang berlokasi di Thamrin, Jakarta. Lalu pada tahun 2000 restoran Pizza Hut pertama pindah di Gedung Cakrawala yang berlokasi di daerah yang sama juga. Sampai saat ini jumlah restoran Pizza Hut di Indonesia sudah lebih dari 200 restoran yang sudah tersebar di 22 provinsi di Indonesia (<http://repository.dinamika.ac.id>, diunduh pada 1 Maret 2021).

Laba pengelolaan Pizza Hut di Indonesia semakin meningkat setiap tahunnya hal ini tercermin peningkatan penjualan meningkat 14%, dan laba bersih meningkat 47% secara tahunan. Dalam pembukuan penjualan Pizza Hut Indonesia mendapatkan catatan penjualan 2,94 Triliun rupiah. Penjualan terbesar berada di ibu kota yaitu Jakarta dengan perolehan 41,8%, lalu di pulau Jawa dan Bali 30,39%, Sumatra 13,65%, Sulawesi 6,59%, Kalimantan 5,8%, dan daerah Timur 1,76%. Perkembangan ini juga didukung oleh sistem baru mereka yang menerima pesan antar dengan waktu yang cepat. Akibat perkembangan yang cukup pesat, di tahun 2019 Pizza Hut dapat membangun

50 cabang restoran Pizza Hut di Indonesia. ([www.https://market.bisnis.com/](https://market.bisnis.com/), diunduh pada 1 Maret 2021).

Tahun 2020 PT Sari Melati Kencana Tbk berencana untuk ekspansi untuk membangun perusahaan cabang mereka di luar Pulau Jawa dan lebih memfokuskan ke daerah bagian Timur, selain cabang mereka sudah banyak di Pulau Jawa mereka juga ingin lebih meluaskan sayap mereka sampai penjuru Indonesia, dan mereka melihat target pasar di luar Pulau Jawa yang tertarik untuk menikmati produk dari Pizza Hut. Hingga kini Pizza Hut memiliki lebih dari 500 cabang dari Aceh sampai Papua yang terdiri dari Pizza Hut Restoran, Pizza Hut Delivery, dan Pizza Hut Express. Bahkan Pizza Hut sendiri mengklaim bahwa mereka memiliki jaringan restoran *full service* dan *delivery* terbesar di Indonesia karena mereka dapat menjual lebih dari 5 juta pizza setiap bulannya. (<https://kumparan.com>, diunduh pada tanggal 2 Maret 2021).

#### Analisa persaingan PIZZA HUT dengan pesaing utama

4P	PAPARONS	PIZZA HUT	Keterangan	Action Plan
Product		Unggul	Mempunyai cita rasa khas Indonesia	Menambah varian produk pizza rasa khas Indonesia
Price	Unggul		Lebih mahal dibanding competitor	Menjual produk dengan harga yang lebih murah
Place		Unggul	Jumlah outlet yang menyebar di tempat rest area	Menambah lagi jumlah outlet di luar pulau atau di rest area
Promotion	√ Unggul		Kurang sekali promosi	Lebih memperbanyak promosi seperti pihak competitor

Gambar 1.4 Analisis pesaing Pizza Hut

(<https://meriaalatroe.wordpress.com>, diunduh pada 2 Maret 2021).

Restoran cepat saji yang dikenal sebagai restoran pizza yang terkenal di Indonesia selain Pizza Hut adalah Paparons. Dari data diatas dapat kita lihat bahwa Paparons menjadi pesaing utama Pizza Hut karena mereka sudah lama masuk di Indonesia dan dianggap sebagai pelopor restoran Pizza. Dapat kita simpulkan bahwa secara produk Pizza Hut memiliki keunggulan dibandingkan Paparons, hal ini dapat terjadi karena Pizza Hut sudah cukup mengenal pasar di Indonesia dan sudah mencocokkan rasa dari pizza mereka agar bisa mudah dinikmati oleh konsumen di Indonesia. Secara harga Pizza Hut masih kalah dengan pesaingnya karena harga yang lebih mahal, tetapi hal ini sudah diatasi dengan memberikan promo dan menu combo yang dapat dibeli dengan harga yang lebih murah. Secara outlet Pizza Hut jauh memiliki jumlah cabang yang lebih banyak, bahkan di rest area saja terkadang dapat kita lihat ada cabang dari Pizza Hut. Dan untuk promosi Pizza Hut masih kalah unggul dengan Paparons, hal ini dapat diatasi dengan menambah promosi dan saat ini pun Pizza Hut sudah mengembangkan promosinya secara online seperti mengembangkan Instagram mereka yang membuat mereka lebih di lihat oleh orang luas, dan memasukkan promosi yang menarik didalamnya.

(<https://meriaalatroe.wordpress.com>, diunduh pada 2 Maret 2021).

Salah satu restoran Pizza Hut memiliki cabang di ibu kota Jawa Timur yaitu Surabaya. Lokasi yang mereka miliki sangat banyak, bahkan di mall saja tidak jarang dapat kita temui Pizza Hut. Konsep dari restoran ini adalah restoran cepat saji tetapi dengan pelayanan yang diutamakan. Salah restoran ini berlokasi di jalan Raya Darmo No. 79A, Surabaya. Restoran ini dapat kita

kunjungi setiap hari pada pukul 09.00 WIB sampai dengan 22.00 WIB. Dengan harga menu yang dimulai dari Rp. 20.000 sampai Rp. 200.000 para pengunjung dapat menikmati menu yang berada di Pizza Hut ([www.pizzahut.co.id](http://www.pizzahut.co.id), diunduh pada tanggal 2 Maret 2021).



**Gambar 1.5** Menunjukkan contoh dari hidangan pembuka yaitu chicken wings yang dijual di Pizza Hut

Sumber: <https://www.pizzahut.com.my/order/sides>, diunduh pada tanggal 3 Maret 2021





**Gambar 1.6** Menunjukkan contoh dari hidangan utama yaitu pizza yang dijual Pizza Hut

Sumber: <https://wiratech.co.id/harga-pizza-hut-delivery/>, diunduh pada tanggal 3 Maret 2021



**Gambar 1.7** Menunjukkan Minuman yang dijual oleh Pizza Hut

Sumber: <https://nanetkenasri.wordpress.com>, diunduh pada tanggal 3 Maret 2021



**Gambar 1.8** Menunjukkan *design* parkir yang dimiliki Pizza Hut

Sumber: <https://sg.openrice.com/en/singapore>, diunduh pada tanggal 3 Maret 2021



Gambar 1.9 Menunjukkan design area dalam ( utama – indoor ) ruang tempat makan Pizza Hut

Sumber: <https://pizzahut.co.id>, diunduh pada tanggal 3 Maret 2021

SIGNATURE PIZZA		CLASSIC	
<p><b>1 MEAT MONSTA</b> Tuna, daging sapi cincang, bawang putih, keju, dan paprika.</p> <p><b>2 PEPPERONI JALAPENO</b> Pepperoni, keju, dan paprika.</p> <p><b>3 AMERICAN FAVOURITE</b> Pepperoni, daging sapi cincang, keju, dan paprika.</p> <p><b>4 SUPER SUPREME</b> Daging sapi cincang, daging ayam cincang, keju, dan paprika.</p> <p><b>5 MEAT LOVERS</b> Daging sapi cincang, daging ayam cincang, keju, dan paprika.</p>	<p><b>TUNA MELT</b> Tuna, keju, dan paprika.</p> <p><b>MEATY</b> Daging sapi cincang, keju, dan paprika.</p> <p><b>CHEESY GARDEN</b> Keju, paprika, dan sayuran.</p> <p><b>SUPREME</b> Daging sapi cincang, daging ayam cincang, keju, dan paprika.</p> <p><b>HAWAIIAN CHICKEN</b> Daging ayam cincang, keju, dan paprika.</p>	<p><b>PILIHAN CRUST</b></p> <p>REGULAR 25" 81 103 103 111</p> <p>JUMBO 33" 123 153</p> <p>DOUBLE DECKER 143 187 187 203</p> <p>DOUBLE JUMBO 218 278</p> <p>SPRITZA BOKAL 85 107</p> <p>SPRITZA JUMBO 128 158</p>	<p>REGULAR 25" 71 93 93 101</p> <p>JUMBO 33" 108 138</p> <p>DOUBLE DECKER 123 167 167 183</p> <p>DOUBLE JUMBO 188 248</p> <p>SPRITZA BOKAL 75 97</p> <p>SPRITZA JUMBO 113 143</p>

Gambar 1.10 Menunjukkan menu utama dari Pizza Hut

Sumber: <https://pergikuliner.com>, diunduh pada tanggal 3 Maret 2021



**Gambar 1.11** Menunjukkan harga dari hidangan pembuka, penutup, dan minuman dari Pizza Hut

Sumber: <https://pergikuliner.com>, diunduh pada tanggal 3 Maret 2021

Dari gambar 1.5-1.7 kita dapat melihat gambar dari makanan pembuka, makanan utama, dan minuman dari restoran Pizza Hut. Gambar tersebut menunjukkan bahwa menu yang dimiliki dari Pizza Hut sangat beragam dan melengkapi hidangan yang kita inginkan. Untuk parkir yang dimiliki Pizza Hut dapat kita lihat dari gambar 1.8 menunjukkan bahwa parkir Pizza Hut tidak perlu di khawatirkan lagi karena mereka memberi lahan parkir yang cukup bagi pengunjung yang menggunakan kendaraan roda empat. Untuk segi tempat dapat kita lihat dari gambar 1.9, menunjukkan bahwa restoran Pizza Hut memberikan tempat yang nyaman dan memenuhi kriteria untuk makan di tempat karena memiliki ruangan yang bersih dan nyaman untuk digunakan. Dan yang terakhir dari gambar 1.10 dan 1.11, menunjukkan harga menu yang dimiliki Pizza Hut, dengan harga yang dari Rp. 16.000 – Rp. 180.000 an. Dapat dilihat juga bahwa menu yang mereka berikan sangatlah lengkap dari makanan ringan, makanan pembuka,

makanan utama, makanan penutup, dan minuman. Hal ini menjadi daya tarik bagi konsumen yang hanya ingin bersantai dan makan yang ringan-ringan saja bahkan sampai makan berat.

Service quality merupakan hal yang penting dalam memikat hati konsumen agar dapat kembali ke restoran tersebut, diluar segi ekonomi. Menurut Wu dan Mohi (2015) hal ini digunakan untuk mengukur persepsi konsumen adalah interaksi pelayanan dari restaurant tersebut dan makanan yang disajikannya (<http://www.repository.trisakti.ac.id>, diunduh pada 3 Maret 2021). Sedangkan menurut Ryu et al. (2012) Fast food service quality juga merupakan sebagai penilaian pelanggan dari keseluruhan keunggulan layanan restaurant (<http://www.repository.trisakti.ac.id>, diunduh pada tanggal 3 Maret 2021). Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa restoran *fast food* sangatlah diperlukan *service quality* karena selain memberikan hidangan yang cepat untuk disajikan, service quality sangat mempengaruhi persepsi konsumen agar mereka mendapatkan pengalaman dengan pelayanan yang ramah dan penyajian makanan yang cepat sehingga mereka ingin kembali berkunjung.



**Gambar 1.12 Merupakan ulasan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan dari Pizza Hut**

Sumber: <https://www.tripadvisor.co.id>, diunduh pada tanggal 3 Maret 2021

Dari ulasan pada gambar 1.12 diatas dapat kita simpulkan bahwa Pizza Hut sudah memberikan pelayanan yang baik. Hal ini terbukti ketika pelanggan memasuki restoran, *staff* memberikan sambutan yang ramah, Dan juga ketika pelanggan merasa membutuhkan sesuatu seperti *password wi-fi*, pelayan memberikannya dengan cepat dan baik.

Menurut Potter & Hotchkiss (1995), Kualitas makanan adalah karakteristik kualitas dari makanan yang dapat diterima oleh pelanggan ,ini termasuk dalam faktor eksternal seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa. (<https://media.neliti.com>, diunduh pada 3 Maret 2021) . Sedangkan menurut Jones (2000), Setiap produk makanan mempunyai standart tersendiri, jadi terdapat banyak Standar kualitas makanan sulit didefinisikan dan tidak dapat diukur secara mekanik, tetapi dapat dievaluasi dari nilai nutrisinya, tingkat bahan yang digunakan, rasa, dan penampilan makanan. (<https://media.neliti.com>, diunduh pada 3 Maret 2021). Sedangkan menurut Parasuraman, et al., (1988), Jika pelanggan berpikir spesifikasi produk sesuai dengan kebutuhan, pelanggan akan lebih cenderung berpikir bahwa transaksi yang akan dilakukan sudah layak, sehingga mampu menciptakan nilai pelanggan yang tinggi. (<http://www.repository.trisakti.ac.id>, diunduh pada 3 Maret 2021).

Jadi secara intinya faktor – faktor yang mempengaruhi kualitas makanan adalah warna, penampilan, porsi, bentuk, temperature, tekstur, aroma, tingkat kematangan dan rasa. Dan dari segi tersebut Pizza Hut sudah memberikan *standart oprasional* untuk menghadirkan menu mereka. Dan hal lain yang dapat mempengaruhi adalah kelayakan harga dengan hidangan yang diberikan.



**Gambar 1.13 Menunjukkan kualitas dari makanan Pizza Hut**

Sumber: <https://www.tripadvisor.co.id>, diunduh pada tanggal 3 Maret 2021

Dari ulasan diatas menurut salah satu pengunjung di Pizza Hut, memberikan *review* yang bagus terhadap kualitas makanan yang disajikan. Dapat disimpulkan bahwa kulaitas makanan dari Pizza Hut sudah memenuhi ekspetasi konsumen dalam mengkonsumsi Pizza. Hidangan yang diberikan membuat pelanggan merasa harga yang diberikan sesuai dengan yang mereka dapatkan, sehingga membuat pelanggan merasa puas dengan pengorbanan berupa materi yang mereka keluarkan.

Customer Perceived Value adalah nilai dari produk atau jasa yang ada dalam benak customer. Hal ini menjelaskan bahwa nilai suatu produk dan jasa yang diberikan oleh Pizza Hut harus memberikan kesan yang baik dan memuaskan pelanggan dengan produk dan jasa mereka. Bisa berupa harga, tempat, pelayanan, dan nilai dari makanan itu sendiri. (<https://ericwijaya.com> , diunduh pada tanggal 3 Maret 2021). Menurut Zeithaml (1998), perceived value konsumen adalah keseluruhan penilaian konsumen terhadap kegunaan suatu produk atas apa yang diterima dan yang diberikan oleh produk tersebut.(<http://library.binus.ac.id>, diunduh pada tanggal 3 Maret 2021)



**Gambar 1.14 Menunjukkan bahwa momen makan di Pizza Hut mempengaruhi benak konsumen.**

Sumber: <https://www.tripadvisor.co.id>, diunduh pada tanggal 3 Maret 2021

Dari ulasan diatas menunjukkan bahwa Pizza Hut dapat memberikan pengalaman yang diingat oleh para konsumennya. Dengan pelayanan, makanan, dan suasana yang diberikan membuat konsumen puas dengan makanan yang mereka konsumsi dan merasa ingin kembali ke tempat tersebut untuk menikmati hidangan dan pengalaman yang sudah pernah mereka rasakan.

Berikutnya adalah *Customer Satisfaction* dari restoran Pizza Hut yang sebelumnya akan dilalui oleh *Service Quality*, *Food Quality*, dan *Perceived Value*. Tanpa melalui 3 proses tersebut, untuk mencapai kepuasan pelanggan sangat sulit untuk tercapai. Karena *Customer Satisfaction* merupakan kepuasan pelanggan terhadap produk dan layanan jasa yang mereka dapatkan dari produsen. Menurut Kotler (2009) *Customer Satisfaction* adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Dari hal ini kita mengetahui bahwa pentingnya kepuasan pelanggan agar dapat kembali ke Pizza Hut. Dengan memberikan pelayanan, rasa, dan suasana yang melebihi harapan konsumen maka akan lebih baik (<https://digilib.esaunggul.ac.id>, diunduh pada tanggal 3 Maret 2021).

Yang terakhir adalah *Behavioral Intentions*, untuk mencapai hal tersebut sangat diperlukan *Customer Satisfaction*, ketika hal itu tercapai maka diharapkan pengunjung akan kembali dan menjadi pelanggan setia dari Pizza Hut. Menurut Schiffman&Kanuk (2010) niat berperilaku (*behavioral intention*) adalah frekuensi pembelian atau proporsi pembelian total dari pembeli yang setia terhadap merek tertentu. (<http://repository.umy.ac.id>, diunduh pada tanggal 3 Maret 2021).



**Gambar 1.15 Merupakan ulasan Pizza Hut Darmo Surabaya**

Sumber: <https://www.google.com>, diunduh pada tanggal 3 Maret 2021

Dari gambar 1.15 ulasan di atas dapat disimpulkan bahwa restoran Pizza Hut yang berlokasi di Darmo, Surabaya memiliki nilai 4,6 dari 5 (4.553 ulasan). Hal ini menunjukkan bahwa nilai yang didapat dari Pizza Hut termasuk dalam kategori bagus. Berarti dalam segi pelayanan, kualitas makanan, pengalaman mengunjungi Pizza Hut, dan suasana, Pizza Hut Darmo Surabaya tergolong baik dalam menjalankan standart oprasional mereka. Dan membuat pengunjung ingin kembali ke restoran Pizza Hut Darmo, Surabaya.



## 1.2 Batasan Masalah

Setiap penelitian tentu memiliki batasan masalah, dengan adanya batasan masalah ini dapat mengatasi masalah agar tidak terlalu luas dan masih didalam jangkauan. Penelitian ini dibatasi pada beberapa hal, yaitu:

1. Variabel-variabel yang digunakan dan dibahas dalam penelitian ini adalah *Service Quality*, *Food Quality*, *Perceived Value* terhadap *Customer Satisfaction*, yang dipengaruhi oleh *Behavioral Intentions*. Karena variable-variabel ini sesuai dengan topik penelitian.
2. Penelitian ini tidak mempertimbangkan faktor jenis kelamin, melainkan faktor usia. Dimana orang-orang yang terpilih saja yang dapat melengkapi penelitian terhadap Restoran Pizza Hut. Dengan kategori usia dapat membantu dalam penelitian ini.
3. Penelitian ini tidak mempertimbangkan status sosial karena didalam penelitian ini tidak mempertimbangkan kelas sosial untuk dapat berkunjung dan menikmati hidangan di Restoran Pizza Hut. Penelitian ini lebih mempertimbangkan *Behavioral Intentions* daripada status sosial.
4. Penelitian ini dapat didukung dengan adanya kuisisioner yang dibagikan kepada pelanggan yang pernah berkunjung ke Pizza Hut Darmo Surabaya, dengan minimal dua kali berkunjung dalam jangka waktu 2 tahun terakhir.
5. Karakteristik responden dari penelitian ini adalah pria dan wanita yang memiliki umur 18-60 tahun (dewasa), dan bertempat tinggal di Surabaya.

6. Perhitungan dan analisis hasil kuisisioner menggunakan *software* AMOS (*Analysis of Moment Structure*).

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan Batasan masalah diatas, maka pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Restoran Pizza Hut Surabaya?
2. Apakah *Food Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Restoran Pizza Hut Surabaya?
3. Apakah *Perceived Value* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan Restoran Pizza Hut Surabaya?
4. Apakah *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intentions* pada pelanggan Restoran Pizza Hut Surabaya?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Dari uraian diatas, berikut tujuan penelitian:

1. Untuk mengetahui pengaruh penting *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pelanggan Restoran Pizza Hut di Surabaya
2. Untuk mengetahui pengaruh penting *Food Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pelanggan Restoran Pizza Hut di Surabaya

3. Untuk mengetahui pengaruh penting *Perceived Value* terhadap Customer Satisfaction pelanggan Restoran Pizza Hut di Surabaya
4. Untuk mengetahui pengaruh penting *Customer Satisfaction* terhadap *Behavioral Intentions* pelanggan Restoran Pizza Hut di Surabaya

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian dibagi menjadi dua bagian yaitu, Manfaat Teoritis dan Manfaat Praktis. Sehingga hasil dari penelitian ini memiliki manfaat bagi berbagai pihak sebagai berikut:

#### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memperkaya kajian ilmu manajemen yang berkaitan dengan beberapa faktor yang mempengaruhi faktor *Service Quality*, *Food Quality*, *Perceived Value*, *Customer Satisfaction*, dan *Behavioral Intentions*. Kedepannya penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan penelitian selanjutnya.

#### **1.5.2 Manfaat Praktis**

##### **1. Bagi penulis**

Penelitian ini bermanfaat bagi penulis, agar dapat memperluas wawasan pengetahuan penulisan yang berkaitan dengan beberapa faktor antara lain: *Service Quality*, *Food Quality*, *Perceived Value*, *Customer Satisfaction*, dan *Behavioral Intentions*.

##### **2. Bagi Pizza Hut**

Penelitian ini bermanfaat bagi Pizza Hut sebagai masukan dalam mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi *Customer Loyalty* ditinjau dari variabel dengan faktor *Service Quality*, *Food Quality*, *Perceived Value*, *Customer Satisfaction*, dan *Behavioral Intentions*.

Dengan tujuan Pizza Hut dapat membuat langkah perbaikan untuk meningkatkan *Customer Loyalty* didalam perusahaan yang akan berpengaruh kepada kinerja perusahaan.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Agar penelitian ini lebih mudah dipahami, penulisan penelitian ini ditulis secara sistematis ke dalam lima bab sebagai berikut:

### **1. BAB I: Pendahuluan**

Bab I ini merupakan penjelasan tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, fokus penelitian, tujuan dari penelitian. manfaat penelitian baik teoritis maupun praktis, dan sistematika penulisan.

### **2. BAB II: Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis**

Bab II ini menjelaskan tentang tinjauan Pustaka dan hipotesis apa saja yang menjadi dasar dan landasan dalam penyusunan proposal ini. Tinjauan Pustaka dan hipotesis akan digunakan sebagai dasar untuk melakukan analisis dan sebagai dasar untuk melakukan pembahasan agar dapat memberikan kesimpulan, rekomendasi dan implikasi kepada perusahaan.

### **3. BAB III: Metodologi penelitian**

Bab III ini menjelaskan tentang metode apa saja yang digunakan dan jenis penelitian apa yang digunakan. Dan juga jenis sumber data, target yang akan

menjadi responden, karakteristik dari responden, sampel apa yang akan digunakan, teknik yang digunakan untuk mengambil sampel tersebut. Dalam bab III juga berisikan pengumpulan data dan skala, serta pengolahan data yang telah didapatkan dari responden.

#### 4. BAB IV: Analisis Data dan Pembahasan

Bab IV ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, yaitu Restoran Pizza Hut, analisis data, yang meliputi hasil statistik deskriptif, hasil pengujian kualitas data, hasil pengujian hipotesis serta pembahasan dari hasil analisis data tersebut.

#### 5. BAB V: Kesimpulan

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