

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada tahun 2016, industri makanan dan minuman merupakan sektor yang sangat strategis dan mempunyai prospek yang cukup cerah untuk dikembangkan, serta menjadi peluang bisnis yang cukup baik. Hal ini ditunjukkan dengan laju pertumbuhan industri makanan dan minuman pada triwulan IV tahun 2016 sebesar 8,46 persen atau di atas pertumbuhan industri pengolahan non-migas sebesar 4,42 persen pada periode yang sama (www.poskotanews.com, diunduh pada tanggal 22 September 2017).

Industri makanan di Indonesia menjadi salah satu industri yang sangat cepat berkembang, nilainya ribuan triliun rupiah per tahun. Untuk tahun 2017, potensi ekonomi dari industri makanan nasional diperkirakan dapat mencapai angka hingga sekitar Rp1.500 triliun per tahun. Angka tersebut diproyeksikan dari pertumbuhan omzet industri makanan di Indonesia hingga semester I-2017, yang tercatat mencapai angka hingga Rp1.400 triliun (www.nusantaranews.co, diunduh pada 22 September 2017).

Dari perkembangan industri makanan dan minuman ini menjadi peluang bagi pengusaha makanan. Karena nongkrong di kafe atau restoran siap saji usai pulang sekolah, kuliah atau pulang kerja, belakangan ini merupakan tren gaya hidup remaja dan eksekutif (www.antaranews.com, diunduh pada tanggal 22 September 2017). Bisnis restoran siap saji di Indonesia semakin ketat, seiring dengan ekspansi bisnis masing-masing perusahaan. Jurus yang dipakai selain menambah gerai, juga mengeluarkan menu baru untuk menarik konsumen (www.ekonomi.kompas.com, diunduh pada tanggal 22 September 2017).

Pizza Hut Inc termasuk salah satu restoran Amerika yang terkenal di dunia yang berkantor pusat di Plano, Texas. Pizza Hut merupakan anak perusahaan yang sepenuhnya dimiliki oleh Yum! Brands Inc. Pizza Hut adalah salah satu rantai restoran terbesar di dunia. Pizza hut mengkhususkan diri dalam varietas yang berbeda yang terdiri dari pizza dan termasuk pasta, salad, breadsticks dan buffalo wings. Perusahaan ini mempekerjakan lebih dari 140.000 orang di 95 negara di

seluruh dunia. Pizza Hut didirikan pada bulan Juni 1958 oleh Dan dan Frank Carney bersaudara di Wichita, Kansas (www.aldianlo.com, diunduh 10 September 2017).



Gambar 1.1 Logo Pizza Hut

Sumber: www.pizahut.co.id (diunduh pada 10 September 2017)

Di Indonesia, Pizza Hut pertama kali didirikan dan sekaligus membuka restoran pertama pada tahun 1984 di Gedung Djakarta Theatre, daerah Thamrin, Jakarta. Pada tahun 2000, Restoran Pizza Hut pertama ini dipindahkan ke Gedung Cakrawala di area yang sama, hingga sekarang. Sejak itu perkembangan Restoran Pizzza Hut di Indonesia mulai bertumbuh pesat. Tahun 2017 Restoran Pizza Hut telah sukses mempunyai lebih dari 200 restoran yang tersebar di 22 propinsi di Indonesia, dari Aceh hingga Abepura (www.pizahut.co.id, diunduh 10 September 2017). Pencapaian Pizza Hut tersebut menunjukkan bahwa pelanggan Pizza Hut memiliki *Intention to repurchase* yang baik.

Berdasarkan hasil *interview* dengan karyawan dari Pizza Hut Tunjungan Plaza menyatakan bahwa Pizza Hut Tunjungan Plaza adalah Pizza Hut terbesar dan terluas yang berada di dalam *mall* jika dibandingkan dengan Pizza Hut lain yang juga berlokasi di *mall* Surabaya.



Restoran Pizza Hut pertama di Indonesia, di Gedung Djakarta Theatre.

Tampilan baru restoran Pizza Hut pertama ini setelah dipindahkan ke Menara Cakrawala.

Gambar 1.2 Restoran Pizza Hut pertama di Indonesia

Sumber: www.pizahut.co.id (diunduh pada 10 September 2017)

Definisi *Repurchase Intention* menurut Zeng, Zuahao, Rong dan Zhilin (2009) adalah intensi untuk melakukan pembelian kembali akan suatu produk sebanyak dua kali atau lebih, baik terhadap produk yang sama maupun yang berbeda. *Repurchase* ini meliputi 2 karakteristik yaitu *intention* (Intensi) dan *behavior* (perilaku). *Repurchase intention* ini erat kaitannya dengan sikap konsumen terhadap objek dan sikap konsumen terhadap perilaku sebelumnya. Penelitian Akhter (2010) menemukan bahwa kepuasan tidak secara langsung berhubungan dengan *repurchase* (pembelian kembali), namun tidak salah bahwa kepuasan konsumen berpengaruh pada perilaku pembelian kembali jika dilihat dari riset psikologi dimana kepuasan mendorong intensi dan intensi mendorong perilaku.

Menurut penelitian yang dilakukan Han dan Hyun (2017), *Intention to repurchase* penting karena dapat membuat perusahaan selalu mengalami keuntungan melalui pembelian kembali secara berulang yang dilakukan oleh konsumen atau pelanggan. Selain itu, *intention to repurchase* juga penting karena pelanggan yang sudah setia dengan produk yang disediakan dari perusahaan tersebut akan membuat pelanggan tidak akan mudah beralih kepada produk dari perusahaan lain. *Intention to repurchase* ditentukan oleh kepuasan pelanggan.

Definisi kepuasan konsumen menurut Schiffman dan Kanuk (2010) adalah persepsi konsumen secara individu terhadap performa produk atau jasa yang dipakai apakah telah memenuhi ekspektasinya atau tidak. Kotler et al. (2009) berpendapat bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan puas atau tidaknya seseorang terhadap performa produk yang ia rasakan dengan ekspektasinya. Jika performanya di bawah ekspektasi, maka konsumen akan merasa tidak puas atau kecewa. Jika performanya sama dengan ekspektasi konsumen, maka konsumen akan merasa puas. Jika performanya melebihi ekspektasi atau harapan konsumen, maka konsumen akan merasa sangat puas atau senang. Penelitian Han dan Hyun (2010) menyatakan bahwa kepuasan juga bisa dituntut dari tiga faktor: *food quality*, *service quality*, dan *physical environment quality*.

Definisi *quality of food* atau kualitas makanan adalah produk utama dari sebuah restoran. *Food quality* didefinisikan sebagai kualitas makanan yang kita konsumsi. Faktor-faktor yang mempengaruhinya adalah *food temperature*,

freshness dan preparation (Hutama dan Subagio, 2014). Menurut Kotler dan Keller (2010 dalam Shaharudin, Mansor dan Elias 2011) kualitas makanan menjadi faktor penting yang berdampak pada konsumen.

Food quality merupakan hal yang sangat penting, karena jika kualitas makanan tidak diperhatikan dengan baik maka akan berdampak pada kesehatan *consumer*. Jika hal tersebut terjadi maka akan berdampak juga pada perusahaan tersebut. Pizza hut sendiri menggunakan bahan-bahan segar dan baru untuk hidangan pizza dan *topping* pizzanya. Tidak hanya untuk makanannya, pizza hut juga menggunakan bahan 100% alami untuk minuman yang dijualnya.

Berapa banyak manfaat dalam semangkuk salad dari salad bar kami, yang disiapkan fresh setiap hari?

Tomat Mengandung senyawa utama berupa lycopene, berguna sebagai antioksidan yang dapat mencegah kanker.	Semangka Mengandung antioksidan yang bisa melindungi jantung manusia, prostat dan menjaga kesehatan kulit.
Wortel Mengandung vitamin A yang baik untuk penglihatan dan imunitas.	Melon Mengandung antikoagulan yang berfungsi untuk menghentikan penggumpalan sel darah yang dapat memicu stroke dan sakit jantung.
Daun Selada Kandungan vitamin dan serat yang tinggi. Baik untuk memper lancar sistem pencernaan.	Jagung Mengandung asam pantotenat yang berperan dalam proses metabolisme karbohidrat, protein dan lemak untuk diubah menjadi energi.
Timun Mengandung vitamin dan mineral untuk menurunkan hipertensi, dan menjaga kesehatan kulit.	Kacang Merah Mengandung vitamin, zat yang diperlukan dalam reaksi enzimatik, pusat produksi energi dan sel otak.
Buncis Mengandung B-sitosterol dan stigmasterol, yang meningkatkan produksi insulin, mencegah dan menghilangkan kencing manis.	Telur Mengandung 8 asam amino esensial yang baik untuk pertumbuhan anak dan kesehatan tubuh.
Pepaya Mengandung enzim papain yang sangat aktif dan memiliki kemampuan mempercepat proses pencernaan protein.	

Setiap gelas jus kami 100% dari buah segar yang langsung dibuat saat Anda pesan

Fresh Avocado Juice Sumber vitamin B dan E yang dapat menurunkan kolesterol darah, melembabkan kulit, mencegah anemia, dan konstipasi.	Fresh Melon Juice Mengurangi risiko stroke, penyakit jantung dan ginjal, membantu mencegah kanker dan menyembuhkan panas dalam.
Fresh Tomato Juice Lycopene dalam tomat menjaga kesehatan jantung, prostat dan pankreas, mengurangi risiko kanker usus besar dan kanker paru-paru.	Fresh Papaya Juice Mengandung karoten dan vitamin C sebagai antioksidan, melenyapkan zat beracun dan memperkuat daya tahan tubuh.
Fresh Watermelon Juice Menetralisir tekanan darah, membantu sel-sel tubuh tetap sehat, membantu memperbaiki kerja jantung, mencegah sariawan dan menurunkan demam.	

Air yang kami gunakan 100% bersih, murni dan aman dari bakteri

Di setiap restoran Pizza Hut, kami memasang teknologi mesin sanitasi air di dapur kami, yang memastikan keamanan setiap tetes air yang kami gunakan dengan:

- Membersihkan endapan
- Menghilangkan bau
- Membunuh bakteri

LPPOM: 0016005580799

Gambar 1.3 Nutrifact Pizza Hut

Sumber: www.pizahut.co.id (diunduh pada 10 September 2017)

Adanya perubahan kebiasaan konsumen yang senang makan diluar menjadikan hal ini sebagai peluang. Faktor inilah yang memotivasi pemilik restoran untuk menempatkan restoran mereka dengan desain dan suasana senyaman mungkin. Banyak penelitian menunjukkan bahwa membuat suasana lebih menyenangkan dan inovatif sangat penting bagi keberhasilan suatu perusahaan (Wakefield dan Blodgett, 1996 dalam Reimer dan Kuehn, 2005).

Selain itu, Kotler (1973 dalam Shaharudin, Mansor dan Elias, 2011) menunjukkan bahwa suasana restoran sama pentingnya dengan makanan itu sendiri. Selain itu, sebuah studi terdahulu oleh Kokko (2005) menunjukkan bahwa

dalam restoran suasana restoran ini sering dirasakan oleh pelanggan sebagai yang hal yang paling positif yang dapat membentuk karakteristik restoran dan bahkan hal ini menjadi lebih penting dibandingkan dengan makanan yang disajikan. Hal ini karena lingkungan sekitar akan membuat harapan pelanggan akan pengalaman bersantap bahkan sebelum pelanggan dilayani di sebuah restoran (Young, Clark dan McIntyre, 2007).

Kenyaman yang diberikan Pizza Hut bagi para pelanggannya sangat baik dan memuaskan. Suasana yang ada pun sangat mendukung. Tempat yang luas serta ruangan yang bersih, nyaman dan ber-*ac* yang di sediakan yang membuat pelanggan nyaman ketika berada dan makan sambil menikmati suasana yang ada. Tidak hanya itu, tempat duduk serta penataan ruangan yang sangat baik juga merupakan hal yang mendukung terciptanya kenyamanan yang ada.



Gambar 1.4 Suasana Restoran Pizza Hut

Sumber: www.google.co.id (diunduh pada 10 September 2017)

Sedangkan definisi *quality of service* menurut Kotler (2007) mengatakan bahwa pelayanan adalah tindakan atau keterampilan yang dapat ditawarkan oleh apapun juga yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan sesuatu, pelayanan dapat disertakan dengan produk yang berbentuk fisik. Aspek pelayanan semakin hari semakin nyata perannya, secara umum pelayanan tersebut meliputi bagaimana kecepatan melayani pelanggan sebelum berbelanja. Dengan demikian usaha eceran harus mampu mencoba sedemikian rupa agar pelayanan yang dirasakan pelanggan meningkat serta sesuai dengan kehendak pelanggan.

Service quality merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan kepuasan konsumen. Meskipun makanan adalah produk utama, namun *service quality* juga tetap menjadi fokus utama sebuah restoran. Karena mengingat restoran adalah

jasa yang *people-oriented*. Menurut Tjiptono (2005) *service quality* adalah suatu tingkat keunggulan yang diharapkan dimana pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Kualitas pelayanan yang ditawarkan saat mengunjungi Pizza Hut adalah pelayanan yang ramah. Selain itu, pengunjung akan selalu di sapa dengan senyuman dan ucapan selamat datang dan memberikan pelayanan yang baik serta menyenangkan.



Gambar 1.5 Foto Pegawai Pizza Hut

Sumber: www.google.co.id (diunduh pada 10 September 2018)

1.2 Batasan Masalah

Adapun batasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini meneliti tentang *quality of physical environment*, *quality of service* dan *quality of food* yang mempengaruhi *customer satisfaction* yang pada akhirnya mempengaruhi *intention to repurchase* pada pelanggan Pizza Hut di Tunjungan Plaza Surabaya.
2. Pengujian terhadap model yang diteliti menggunakan data dari hasil pembagian kuesioner kepada objek yang diteliti.
3. Adapun karakteristik responden yang diteliti sebagai berikut: responden yang berdomisili di Surabaya, responden yang pernah melakukan pembelian produk Pizza Hut yang ada di Tunjungan Plaza Surabaya.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun masalah dalam penelitian ini adalah “Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi *customer satisfaction* yang pada akhirnya mempengaruhi *intention to repurchase* pada pelanggan Pizza Hut di Tunjungan Plaza Surabaya”

selanjutnya untuk menjawab pertanyaan pada penelitian tersebut akan digunakan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh signifikan *quality of physical environment* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Pizza Hut di Tunjungan Plaza Surabaya?
2. Apakah terdapat pengaruh signifikan *quality of service* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Pizza Hut di Tunjungan Plaza Surabaya?
3. Apakah terdapat pengaruh signifikan *quality of food* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Pizza Hut di Tunjungan Plaza Surabaya?
4. Apakah terdapat pengaruh signifikan *customer satisfaction* terhadap *Intention to repurchase* pada pelanggan Pizza Hut di Tunjungan Plaza Surabaya?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh signifikan dari *quality of physical environment* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Pizza Hut di Tunjungan Plaza Surabaya.
2. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh signifikan dari *quality of service* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Pizza Hut di Tunjungan Plaza Surabaya.
3. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh signifikan dari *quality of food* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Pizza Hut di Tunjungan Plaza Surabaya.
4. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh signifikan dari *customer satisfaction* terhadap *intention to repurchase* pada pelanggan Pizza Hut di Tunjungan Plaza Surabaya.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang akan dilakukan, diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang bersangkutan yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memberikan kontribusi pada pengembangan pemasaran yang ada khususnya mengenai faktor-faktor *quality of physical environment*, *quality of service* dan *quality of food*, yang mempengaruhi *customer satisfaction* dan pada akhirnya mempengaruhi *intention to repurchase*, serta bagaimana masing-masing teori mempengaruhi satu dengan yang lainnya. Selain itu hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai acuan bagi penelitian selanjutnya dimasa yang akan datang.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang ingin dicapai dalam penelitian ini bagi beberapa pihak antara lain:

1. Instansi yang terkait dengan penelitian ini yaitu Pizza Hut di Tunjungan Plaza Surabaya, agar bisa menjadikan penelitian ini sebagai salah satu sumber data untuk mengembangkan *customer satisfaction* yang mempengaruhi *intention to repurchase* bagi pelanggan Pizza Hut kedepannya.
2. Memberikan pengetahuan tambahan untuk manajer dan pihak-pihak yang terkait untuk memberikan perhatian lebih baik kepada kualitas produk, kualitas layanan dan fasilitas-fasilitas lainnya sehingga memberi kepuasan bagi pelanggan agar terus memiliki niat mengandalkan Pizza Hut sebagai restoran cepat saji yang diminati dan menjadi loyal terhadap produk Pizza Hut.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini disajikan dalam beberapa bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Bab ini berisi tentang ulasan mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat peneltiandan sistematika penulisan.

BAB II: Tujuan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

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 mengenai jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel juga metode analisis data.

BAB IV: Hasil 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 diperoleh.

BAB V: Kesimpulan

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