KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman modern seperti saat ini perkembangan ilmu dan teknologi semakin pesat, hal ini tidak hanya mengakibatkan perubahan pada sektor pendidikan dan ekonomi saja, melainkan juga terhadap perubahan gaya hidup. Dengan tingkat mobilitas yang tinggi, masyarakat membutuhkan kepraktisan dalam menjalankan aktivitas. Adanya perubahan gaya hidup masyarakat di perkotaan yaitu kecenderungan untuk mendapatkan sesuatu secara instan, salah satunya makanan cepat saji. Fenomena makanan cepat saji ini mulai berkembang pesat selama 10 tahun terakhir di mana saat ini terdapat ratusan merek restoran cepat saji yang berasal dari luar maupun dalam negeri. Restoran cepat saji merupakan trend bisnis baru yang disambut oleh semua kalangan, karena restoran cepat saji menjanjikan sebuah kepraktisan ditengah kesibukan masyarakat saat ini.

Bisnis makanan cepat saji adalah salah satu bisnis yang paling kompetitif dan berkembang pesat di Indonesia. Saat ini di wilayah Jakarta semakin banyak dijumpai restoran cepat saji baik dari restoran lokal maupun restoran asing. Salah satu restoran asing yang berkembang di Jakarta adalah Pizza Hut. Pizza Hut bersaing dengan restoran cepat saji lainnya seperti McDonald's, KFC, Burger King, Domino's Pizza dan lainnya.

Pizza Hut adalah sebuah restoran berantai dan waralaba *franchise* makanan internasional yang berpusat di Addison, Texas, USA. Perusahaan ini didirikan tahun 1958 oleh dua mahasiswa, Dan dan Frank Carney dengan meminjam $600

dari ibu mereka untuk membuka toko pizza kecil di kampung halaman mereka di Wichita, Kansas. Kemudian dibeli oleh PepsiCo, Inc. pada 1977. Pizza Hut sekarang ini merupakan restoran pizza terbesar di dunia, dengan hampir 34.000 restoran, kios pengantaran-ambil ke luar di lebih dari 100 negara.

Pizza Hut menyediakan bermacam-macam pizza dengan topping yang berbeda-beda. Menu di Pizza Hut terbagi atas 3 jenis. *Appetizer*, *Main dishes* (pizza dan non pizza), serta *Dessert*. Untuk *Appetizer* atau makanan pembuka terdapat berbagai macam jenis salad dan makanan pembuka lainnya seperti; *Garlic Tomato Bruschetta*, *Breadstick*, *Chicken Wings.* Untuk *Main Dishes*, Pizza Hut menjual dalam empat jenis ukuran antara lain personal, *small*, *medium*, dan *large*. Selain menyediakan pizza, Pizza Hut juga menyediakan berbagai macam makanan dan minuman seperti *pasta*, *salad*, sup, dan sebagainya.

Pizza Hut berusaha memberikan Pizza terbaiknya langsung kepada pelanggan dengan motto: *Pizza hut is the best choice for every pizza occasion* (Pizza Hut adalah pilihan terbaik untuk setiap acara pizza). Sehingga pada tahun 1971 diakui sebagai jaringan restoran pizza No.1 yang terbesar di dunia dari segi penjualan maupun dari segi jumlah cabangnya. Dan tahun 1972 Pizza Hut masuk dalam daftar Bursa Saham di New York tahun 1973, Pizza Hut membuka cabang di Jepang dan Inggris.

Pizza Hut berdiri di Indonesia kali pertama tahun 1984 yaitu Pizza Hut Djakarta Theater. Selanjutnya disusul oleh Pizza Hut Pondok Indah tahun 1985 dan Pizza Hut Tebet tahun 1987. Pemegang hak waralaba tunggal di Indonesia ialah PT Sari Melati Kencana, yang merupakan anak perusahaan PT Sriboga Raturaya, produsen tepung terigu di Indonesia. Saat ini Pizza Hut telah memiliki sekitar 270 gerai di seluruh Indonesia.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Pizza Hut harus mampu menciptakan produk pelayanan yang memiliki kualitas yang dapat memuaskan pelanggan sehingga pelanggan tidak merasa kecewa ketika membeli produk Pizza Hut. Pizza Hut kini telah menjadi restoran *fast food* yang memiliki citra merek di seluruh dunia dan memberikan kualitas produk yang baik bagi pelanggan. Selain itu, bentuk layanan yang ramah ditunjukkan oleh karyawan dalam menyambut pelanggan juga dapat menimbulkan kepuasan.

Persaingan antara perusahaan penghasil produk makanan cepat saji saat ini sangat kompetitif. Kompetitior yang menjual produk pizza seperti Domino's Pizza dan Papa Rons juga telah melebarkan usahanya dengan memiliki banyak gerai di seluruh Indonesia. Banyaknya pilihan dan jenis makanan cepat saji yang beragam membuat perusahaan menggunakan berbagai cara untuk menarik perhatian konsumen. Dengan bantuan teknologi informasi yang sudah sangat berkembang dan munculnya berbagai merek di pasar membuat konsumen lebih kritis dan teliti dalam membeli suatu produk.

Dalam kondisi persaingan usaha yang semakin ketat saat ini perusahaan perlu memanfaatkan sumber dayanya dengan optimal, termasuk berusaha menciptakan atau melakukan rekayasa yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen. Perusahaan juga harus mengembangkan suatu pemahaman mengenai bagaimana sebenarnya konsumen dalam membuat kepuasan dan perilaku pasca pembelian.

Konsumen saat ini sangatlah kritis dalam memilih suatu produk, keputusan untuk membeli suatu produk sangat dipengaruhi oleh penilaian akan bentuk kualitas produk tersebut. Tuntutan permintaan akan sebuah produk barang yang semakin berkualitas membuat perusahaan yang bergerak diberbagai bidang usaha

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

berlomba-lomba meningkatkan kualitas produk yang mereka miliki demi mempertahankan citra merek produk yang mereka miliki. Merek mempunyai sifat khas, dan sifat khas inilah yang membedakan produk yang satu berbeda dengan produk yang lainnya, walaupun sejenis.

Berbagai upaya dilakukan perusahaan dalam rangka mempertahankan citra merek yang mereka miliki di antaranya inovasi, teknologi, dan keunggulan yang dimiliki produk tersebut, penetapan harga yang bersaing dan promosi yang tepat sasaran. Semakin baik citra merek produk yang dijual maka dapat berdampak pada kepuasan pelanggan. Citra yang ditampilkan oleh Pizza Hut diantaranya berkaitan dengan kualitas dan merek yang berkesan di benak pelanggan.

Perusahaan harus memiliki kualitas produk yang baik untuk memuaskan konsumen. Kualitas produk dapat dilihat dari bagaimana penyajian makanan dan pengemasan makanan saat *takeaway* atau *delivery*. Restoran Pizza Hut menyajikan makanan dengan menggunakan bahan-bahan yang berkualitas.

Apabila konsumen merasa puas terhadap suatu produk, maka konsumen akan menunjukkan kemungkinan untuk membeli kembali produk yang sama. Konsumen yang puas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain. Oleh karena itu, perusahaan harus mempertahankan kepuasan konsumen. Tingkat kepuasan konsumen terbukti dengan adanya pembelian berulang oleh konsumen dan restoran selalu terlihat ramai pengunjung.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis memutuskan untuk membahas lebih lanjut bagaimana "Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan restoran cepat saji Pizza Hut".

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka penulis membuat identifikasi masalah yaitu:

1. Apa peran merek dan atribut merek?
2. Bagaimana cara mengukur kepuasan pelanggan?
3. Bagaimana citra merek restoran cepat saji Pizza Hut?
4. Bagaimana kualitas produk restoran cepat saji Pizza Hut?
5. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan restoran cepat saji Pizza Hut?
6. Apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan restoran cepat saji Pizza Hut?
7. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan restoran cepat saji Pizza Hut?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka penulis akan membatasi masalah, seperti :

1. Bagaimana citra merek restoran cepat saji Pizza Hut?
2. Bagaimana kualitas produk restoran cepat saji Pizza Hut?
3. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan restoran cepat saji Pizza Hut?
4. Apakah pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan restoran cepat saji Pizza Hut?
5. Apakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan produk Pizza Hut?

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

D. Batasan Penelitian

Agar penelitian yang dilakukan lebih fokus, terarah, dan sesuai dengan tujuannya maka ruang lingkup dari penelitian ini dibatasi sebagai berikut:

1. Variabel bebas yang digunakan adalah citra merek dan kualitas produk.
2. Variabel terikat yang digunakan adalah kepuasan.
3. Penelitian dilakukan terhadap restoran Pizza Hut.
4. Lokasi penelitian dibatasi hanya di Kelapa Gading.
5. Periode penelitian dilakukan dari September 2017 sampai Februari 2018.
6. Responden penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk restoran cepat saji Pizza Hut.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi, dan pembatasan masalah yang telah diuraikan di atas, masalah dalam penelitian ini adalah "Bagaimana citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan restoran cepat saji Pizza Hut."

F. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendapatkan gambaran mengenai:

1. Citra merek restoran cepat saji Pizza Hut.
2. Kualitas produk restoran cepat saji Pizza Hut.
3. Tingkat kepuasan pelanggan restoran cepat saji Pizza Hut.

4. Pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan restoran cepat saji Pizza Hut.
5. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan restoran cepat saji Pizza Hut.

G. Manfaat Penelitian

Penulis berharap bahwa hasil penelitian ini akan membawa manfaat bagi berbagai pihak, antara lain :

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dalam penggunaan faktor citra merek dan kualitas produk yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan pedoman bagi penelitian yang relevan dan perkembangan ilmu pengetahuan selanjutnya

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.