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 IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan manusia yang paling dasar adalah makan, minum, dan pakaian. Untuk makanan pemenuhannya bisa dengan dimasak sendiri atau dengan membelinya diluar rumah. Dewasa ini makanan yang dijual di luar rumah semakin berkembang mulai dari warung, rumah makan sampai fast food restaurant (restoran siap saji).

Perkembangan fastfood restaurant di Indonesia didominasi oleh perusahaan asing yang menjual atau menyewakan merk dagangnya atau sistem bisnisnya. Dampaknya membawa pengaruh yang cukup besar, dimana pengusaha merasa lebih mudah menggunakan merk dagang tertentu yang sudah terkenal dari pada menciptakan merk yang baru. Fenomena yang ada ini mendorong maraknya jumlah fastfood restaurant di Indonesia yang semakin hari semakin banyak menyebabkan persaingan yang semakin ketat diantara perusahaan fast food.

Persaingan restoran siap saji untuk produk franchise atau waralaba dari luar negeri semakin ketat. Bisa dilihat dari perkembangan beberapa restoran siap saji atau fast food yang ada di Indonesia antara lain Pizza Hut, KFC, McDonald, dan A&W.

Oleh sebab itu semua restoran fast food berlomba merebut pangsa pasar yang memang terbatas ini. Hal tersebut dilakukan mulai dari pembukaan cabang di seluruh Indonesia, penawaran paket hemat untuk konsumen hingga penamabahan jenis makanan baru.

Masyarakat menunjukkan respon yang positif terhadap restoran fastfood / cepat saji. Masing masing perusahaan banyak memperhatikan kepuasan pelanggan. Perusahaan juga dituntut pengenalan terhadap pelanggan dengan mempelajari apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan, menilai kembali kebutuhan kebutuhan saat ini dan memperkirakan kebutuhan untuk masa mendatang.

Pertumbuhan jumlah restoran siap saji yang semakin hari semakin banyak menyebabkan persaingan semakin ketat diantara perusahaan restoran siap saji. Masing masing sangat memperhatikan kepuasan pelanggan. Perusahaan perusahaan tersebut memperbaiki kualitas dan meningkatkan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan, dikarenakan kepuasan pelanggan akan memberikan pengaruh yang sangat penting bagi sebuah perusahaan. Pelanggan yang puas akan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan, apabila pelanggan telah merasa puas dan terpenuhi kebutuhannya, maka konsumen akan merasa senang dan cenderung loyal pada perusahaan tersebut. Salah satu bentuk dari loyalitas pelanggan adalah pembelian ulang. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk dapat memberikan kepuasan melalui pelayanan yang diberikan, dengan memberikan pelayanan yang superior yang melebihi harapan pelanggan, melalui pelayanan superior yang diberikan kepada pelanggan, pelanggan diharapkan akan merasa puas dan loyal terhadap perusahaan.

Kepuasan pelanggan dianggap penting karena hasil penjualan perusahaan bersumber dari dua kelompok dasar, yaitu pelanggan baru dan pelanggan yang membeli ulang. Maka perusahaan berusaha agar dapat mempertahankan pelanggan yang ada dengan cara membuat pelanggan selalu merasa senang dan puas. Pelanggan yang puas akan membeli produk kembali kemudian menceritakan produk itu kepada orang lain.

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.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas, senang, atau gembira.

Pelanggan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya, akan membeli produk dengan merk tertentu, apabila merk yang dipilih pelanggan itu dapat memuaskan kebutuhan dan keinginnya, maka pelanggan akan memiliki suatu ingatan yang kuat terhadap merk tersebut. Dalam keadaan semacam ini, kesetiaan pelanggan akan mulai timbul dan berkembang, dan dalam pembelian yang berikutnya pelanggan akan memilih produk dengan merk yang telah memberinya kepuasan, sehingga akan terjadi pembelian yang berulang ulang.

Adanya pelanggan yang kesetiaannya rendah dan mudah terpengaruh oleh merk lain menuntut manajemen untuk segera tanggap terhadap hal ini. Terlebih lebih apabila dari riset pasar ditemukan bahwa kelompok ini cukup besar. Adanya sikap yang rendah tersebut dikhawatirkan berpengaruh terhadap rendahnya tingkat pembelian berulang.

Selain faktor kepuasan pelanggan, kualitas layanan atau service quality juga merupakan faktor penting bagi pelanggan untuk membeli kembali suatu produk. Dimana kualitas layanan yang baik akan dinilai oleh para pelanggan.

Pengertian kualitas jasa atau layanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pengertian kualitas layanan secara sederhana yaitu

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBIKKG (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

ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Artinya kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan/pengunjung. Dengan kata lain, faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan adalah pelayanan yang diharapkan pelanggan / pengunjung dan persepsi masyarakat terhadap layanan tersebut. Nilai kualitas layanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan stafnya dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Kualitas layanan dapat tercermin melalui kinerja pelayanan yang memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, kualitas yang didapat dari kinerja yang baik akan memberikan suatu dorongan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, keadaan seperti ini memungkinkan perusahaan untk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kualitas layanan yang baik kecil kemungkinan pelanggan akan komplain kepada perusahaan. Sehingga biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk maintanence juga berkurang dan berimplikasi melakukan pembelian ulang yang dalam penelitian ini adalah konsumen akan kembali makan di restoran Pizza Hut. Jadi kualitas layanan harus ditingkatkan secara lebih baik agar konsumen memiliki sikap loyal terhadap restoran Pizza Hut.

Pengertian loyalitas pelanggan yaitu komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.

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

Pada penelitian ini penulis memilih Pizza Hut Malo Of Indonesia sebagai objek penelitian. Restoran Pizza Hut memiliki konsep sebagai restoran keluarga. Karena produk makanan dan minuman yang ditawarkan sangat variatif. Pizza Hut merupakan pemimpin pasar dalam restoran Italia yang menu utamanya adalah Pizza. Pizza Hut terus meningkatkan pelayanan dan membuat variasi menu baru yang lebih banyak dan variatif agar konsumen tidak bosan dengan Pizza Hut dan terus memilih Pizza Hut sebagai restoran pizza favoritnya.

Sesuai dengan judul yang penulis pilih yaitu "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pizza Hut Mall Of Indonesia, Kelapa Gading, Jakarta Utara" , penulis melakukan pra penelitian terlebih dahulu terhadap 30 orang responden yang merupakan pelanggan dari restoran Pizza Hut Mall Of Indonesia, Kelapa Gading, Jakarta Utara.

Berdasarkan dari hasil pra penelitian yang penulis lakukan melalui survey terhadap 30 responden yang merupakan pelanggan dari restoran Pizza Hut Mall Of Indonesia, Kelapa Gading, Jakarta Utara, dapat disimpulkan bahwa terdapat 5 poin yang menjadi permasalahan dari restoran Pizza Hut Mall Of Indonesia, Kelapa Gading, Jakarta Utara.

Berikut adalah data hasil survey pra penelitian yang diperoleh melalui 30 orang responden yang merupakan konsumen / pelanggan dari restoran Pizza Hut Mall Of Indonesia, Kelapa Gading, Jakarta Utara :

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

Tabel 1.1 Hasil Survey Pra Penelitian

No	Keterangan	Tidak Setuju (dalam %)	Setuju (dalam %)
1	Kualitas layanan kurang optimal	39,29	60,71
2	Promosi kurang menarik	40,74	59,26
3	Ketidakpuasan pelanggan	35,71	64,29
4	Loyalitas pelanggan rendah	14,29	85,71
5	Harga relatif mahal	40,74	59,26

Sumber : data kuesioner yang telah diolah

Melalui hasil survey yang ditampilkan dalam tabel, dapat disimpulkan bahwa terdapat 5 masalah yang dirasakan oleh pelanggan Pizza Hut Mall Of Indonesia. Adapun perincian mengenai masing masing permasalahan tersebut adalah :

1. Kualitas layanan kurang optimal

   Kualitas layanan yang diberikan oleh Pizza Hut Mall Of Indonesia kurang baik. Hal tersebut tercermin dari kualitas layanan dari karyawan Pizza Hut yang kurang tanggap ketika menerima pelanggan yang baru datang. Pelanggan yang baru datang tidak disambut dan diarahkan untuk menempati kursi yang disediakan. Hal tersebut dikarenakan jumlah karyawan Pizza Hut Mall Of Indonesia yang sedikit, sehingga tidak dapat melayani setiap pelanggannya.

2. Promosi kurang menarik

   Pizza Hut selama ini hanya memberikan promosi berupa penawaran paket dengan harga yang lebih murah jika dihitung perorangan. Bila dibandingkan dengan promosi yang ditawarkan dari merk pesaing Pizza Hut (discount 50% setiap hari Selasa dan Kamis) , promosi Pizza Hut dikatakan tidak menarik minat pelanggan.

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

3. Harga relatif mahal

Harga produk makanan dan minuman yang ditawarkan Pizza Hut terbilang tidak cukup murah. Harga makanan dan minuman Pizza Hut dianggap cukup mahal bagi kebanyakan orang, mengingat banyak restoran pizza lain yang menjual pizza serupa dengan kualitas yang juga baik dengan harga yang lebih murah.

4. Loyalitas pelanggan

Berdasarkan survey yang dilakukan terhadap 30 orang responden yang merupakan konsumen dari Pizza Hut, loyalitas konsumen merupakan masalah yang memiliki tingkat persentase paling tinggi. Hal ini disebabkan karena banyaknya restoran pizza merk lain yang merupakan pesaing bagi Pizza Hut yang memberikan berbagai macam penawaran yang jauh lebih menarik dengan rasa yang tak kalah enaknya dari Pizza Hut.

5. Ketidakpuasan pelanggan (tidak sesuai ekspektasi)

Ekspektasi/harapan yang diberikan oleh Pizza Hut melalui menu menu yang ditampilkan kurang sesuai dengan produk yang disajikan. Nyatanya,kualitas makanan dan minuman yang disajikan tidak sebagus dengan yang ditampilkan pada menu. Seperti menu pizza yang memiliki topping yang banyak seperti yang ditampilkan pada menu, pada saat dihidangkan, topping yang disajikan tidak sebanyak seperti gambar pada menu tersebut.

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 Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, ada berbagai masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Kualitas layanan restoran Pizza Hut kurang memuaskan?
2. Promosi yang ditawarkan oleh restoran Pizza Hut kurang menarik?
3. Harga produk dari restoran Pizza Hut relatif mahal?
4. Tingkat loyalitas pelanggan restoran Pizza Hut cukup rendah?
5. Ketidakpuasan pelanggan (tidak sesuai ekspektasi)?

C. Batasan Masalah

Bertujuan agar pembahasan ini lebih terarah,dan sesuai dengan sumber yang ada, penulis membuat pembatasan masalah sebagai berikut :

1. Kualitas layanan restoran Pizza Hut kurang memuaskan?
2. Ketidakpuasan pelanggan (tidak sesuai ekspektasi)?
3. Tingkat loyalitas pelanggan restoran Pizza Hut cukup rendah?

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

"Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan."

© 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.

Sesuai dengan rumusan masalah, maka pertanyaan penelitian adalah :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Pizza Hut Mall Of Indonesia?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Pizza Hut Mall Of Indonesia?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai oleh penulis dalam melakukan penelitian pada Pizza Hut Mall Of Indonesia adalah:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan restoran Pizza Hut Mall Of Indonesia berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Pizza Hut Mall Of Indonesia.
2. Untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan dari restoran Pizza Hut Mall Of Indonesia berpengaruh terhadap tingkat loyalitas pelanggan Pizza Hut Mall Of Indonesia.

F. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi pihak manajemen Pizza Hut Mall Of Indonesia :
   a. Untuk mengetahui tingkat kualitas layanan dari Pizza Hut Mall Of Indonesia.
   b. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan Pizza Hut Mall Of Indonesia.

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.

c. Sebagai acuan untuk dapat melakukan inovasi bagi restoran Pizza Hut Mall Of Indonesia.

2. Bagi Ilmu Pemasaran

1. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
2. Untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

3. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan pembaca setelah membaca keseluruhan isi penelitian mengenai kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.

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.