**BAB I**

**PENDAHULUAN**

**A. Latar Belakang Masalah**

*Fast food* atau makanan cepat saji menjadi jenis makanan yang populer dan disukai banyak orang. Variannya yang beragam, dengan rasa gurih yang menggoda, serta harganya yang tak terlalu mahal kerap menjadi alasan untuk menyantapnya. Cepatnya penyajian *fast food* telah menjadi sebuah kebiasaan, bahkan kebutuhan bagi masyarakat yang tempo hidupnya kini semakin cepat. Restoran *fast food* masih menjadi tujuan utama, terutama bagi kaum muda, untuk sekadar menyantap makanannya atau berkumpul bersama teman. (Sumber: kumparan.com 2018).

Seiring dengan perkembangan dunia kuliner, menjadikan Indonesia merupakan salah satu negara yang identik sebagai surga kuliner. Mulai dari masakan khas tradisional hingga berbagai sajian khas dari luar negeri. Menjamurnya masakan luar negeri yang masuk ke Indonesia tentu tak lepas dari adanya pertukaran budaya termasuk dalam hal ini makanan. *Pizza* sendiri sudah menjadi salah satu makanan luar negeri yang sangat populer di Indonesia. *Pizza* terdiri atas roti bundar yang diatasnya ditaburi dengan berbagai macam sayur dan daging. Untuk makan *Pizza*, biasanya lebih senang dimakan secara bersama-sama. Namun berkat inovasi tangan-tangan kreatif, berbagai varian ukuran juga bisa ditemui dengan mudah saat ini. (Sumber : miner8 2017).

*Pizza* merupakan salah satu makanan asal Italia yang telah menjadi menu favorit di berbagai belahan dunia. Di Indonesia sendiri, kita bisa lebih mudah menemukan berbagai varian *pizza*. Beragam gerai *pizza* pun tersebar di berbagai wilayah di Indonesia. Ada beberapa merek pizza yang ada di indonesia seperti *Papa Ron’s Pizza, Pizza Hut, Domino’s Pizza, Pizza e Birra,* dan *Pizza Express.* (Sumber: idntimes, 2017).

*Pizza Hut* hadir di Indonesia untuk pertama kalinya pada 1984 dan merupakan restoran *pizza* pertama di Indonesia. Restoran pertama yaitu *Pizza Hut* Djakarta Theater. Selanjutnya disusul *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.*. Pizza Hut* sekarang merupakan restoran *pizza* terbesar di dunia, dengan hampir 34.000 restoran dan kios pengantaran di lebih dari 100 negara. (Sumber : liputan6, 2017).

*Pizza Hut* pernah terdaftar dalam *Top Brand Award* , berikut adalah datanya dari tahun 2015-2018:

**Tabel 1.1**

**Top Brand Award**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Tahun 2015** | | **Tahun 2016** | | **Tahun 2017** | | **Tahun 2018** | |
| **Merek** | **TBI** | **Merek** | **TBI** | **Merek** | **TBI** | **Merek** | **TBI** |
| Pizza Hut | 86,4% | Pizza Hut | 86,9% | Pizza Hut | 83,7% | Pizza Hut | 76,2% |
| Dominos Pizza | 6,4% | Dominos Pizza | 9,0% | Dominos Pizza | 9,3% | Dominos Pizza | 8,9% |
| Papa Ron’s | 4,0% | Papa Ron’s | 1,8% | Izzi Pizza | 1,8% | Papa Ron’s | 3,8% |
|  |  |  |  | Papa Ron’s | 1,6% | Pizza Bar | 2,3% |
|  |  |  |  |  |  | Gian Pizza | 2,2% |

(Sumber: top brandaward, 2018).

Pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa *Pizza Hut* mengalami kenaikan dari tahun 2015 ke tahun 2016, kemudian terus mengalami penurunan dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2018. Walaupun *Top Brand Indeks*  yang dimiliki *Pizza Hut* tidak stabil tetapi *Pizza Hut* mampu menduduki peringkat pertama setiap tahunnya.

*Top Brand* adalah penghargaan yang diberikan kepada merek-merek terbaik pilihan konsumen. Penghargaan ini diberikan berdasarkan penilaian yang diperoleh dari hasil survei berskala nasional dibawah penyelenggaraan *Frontier Consulting Group.* Kriteria konsumen yang disurvei adalah pria atau wanita yang berusia 15-65 tahun dengan tingkat SES (*Social Economic Status*) atau pengeluaran rata-rata keluarga per bulan antara SES D (lebih dari Rp. 1,2 juta per bulan) hingga SES A (lebih dari Rp 4,8 juta per bulan). Cara memperoleh pemilihan suara untuk disurvei oleh *Top Brand* adalah diukur dengan menggunakan 3 parameter, yaitu *Top of Mind Awareness* (berdasarkan merek yang pertama kali disebutkan oleh responden ketika mereka mendengar kategori produk), *Last Used* (berdasarkan merek yang terakhir digunakan/dikonsumsi oleh responden dalam satu siklus pembelian ulang), dan *Future Intention* (berdasarkan merek yang ingin digunakan/dikonsumsi oleh konsumen di masa mendatang). *Top Brand Index* kemudian ditentukan dengan menghitung rata-rata tertimbang masing-masing parameter. (Sumber: wikipedia, 2018).

Setiap pelaku bisnis bertanggung jawab terhadap kepuasan konsumen atau pelanggan. Setiap perusahaan wajib berupaya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Jika pelanggan puas, pasti akan terjadi sesuatu yang lebih baik untuk bisnis perusahaan tersebut di masa mendatang. Ada beberapa faktor utama yang dapat menjadi pedoman dalam meningkatkan kepuasan setiap pelanggan yaitu, pelanggan akan merasa puas jika produk yang digunakannya berkualitas dan pelanggan pasti menuntut untuk menyediakan produk yang bermutu sesuai dengan pengorbanan yang dilakukannya untuk memperoleh produk yang dihasilkan perusahaan tersebut. Pelanggan ingin dilayani dengan baik sesuai yang diharapkannya. Terutama bagi perusahaan di bidang jasa, sangat penting untuk memperhatikan kualitas pelayanan, karena berpengaruh terhadap persepsi pelanggan terhadap bisnis perusahaan tersebut. (Sumber: Andry T, 2018).

Kepuasan Pelanggan adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima. Sedangkan loyalitas adalah di mana pelanggan melakukan pembelian ulang suatu barang merek tertentu. Dengan adanya hubungan positif dari kepuasan dan loyalitas maka akan meningkatkan profit perusahaan setiap bulannya. Kepuasan adalah penyebab loyalitas pelanggan. (Sumber: Taufiqjibu, 2017).

Berdasarkan fakta terjadinya ketidakstabilan pada *Top Brand Index*  pada tahun 2015-2018, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap *Pizza Hut*. Merupakan titik penting bagi *Pizza Hut* untuk mengevaluasi yang menyebabkan ketidakstabilan *Top Brand Index*. Penulis tertarik untuk meneliti salah satu cabang restaurant *Pizza Hut* yang berada di *Mall of Indonesia* yang tepatnya berada di Lantai *Ground*, Jalan Kelapa Gading Barat, Kelapa Gading, Jakarta Utara.

**B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan?
2. Apakah kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan?
3. Apakah kualitas produk mempengaruhi loyalitas pelanggan?
4. Apakah kualitas layanan mempengaruhi loyalitas pelanggan?
5. Apakah kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan?
6. Apakah kepuasan pelanggan dapat memediasi pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan?

7. Faktor-faktor apa saja yang membuat pelanggan loyal terhadap Pizza Hut ?

**C. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penulis membatasi masalah-masalah yang akan diteliti antara lain sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan*?*.

2. Apakah kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan?

3. Apakah kualitas produk mempengaruhi loyalitas pelanggan?

4. Apakah kualitas layanan mempengaruhi loyalitas pelanggan?

5. Apakah kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan?

6. Apakah kepuasan pelanggan dapat memediasi pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan?

**D. Batasan Penelitian**

Batasan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Berdasarkan obyek penelitian, obyek penelitian ini adalah *Pizza Hut.*

2. Berdasarkan ruang lingkup penelitian, penelitian ini dilakukan di *Pizza Hut Mall of*

*Indonesia*

3. Berdasarkan subyek penelitian, subyek penelitian ini adalah pelanggan *Pizza Hut Mall*

*of Indonesia.*

**E. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah, dan batasan masalah yang ada, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

“Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan *Pizza Hut Mall of Indonesia*?”

**F. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan

pelanggan.

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan

pelanggan.

3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas

pelanggan.

4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas

pelanggan.

5. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas

pelanggan.

6. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

**G. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini akan memberikan manfaat bagi instansi – instansi bersangkutan yakni:

1. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi *Pizza Hut ,* apakah kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan sudah baik sehingga pelanggan akan merasa puas dan menjadi loyal terhadap *Pizza Hut.*

1. Bagi penelitian selanjutnya

Agar dapat menjadi referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan terutama yang berkaitan dengan dunia *fast food*. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti lain yang mengadakan penelitian dengan bidang kajian yang sama, sebagai bahan pembanding dalam melakukan penelitian.