

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPUASAN PELANGGAN, DAN  
KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
PIZZA HUT**

**Oleh :**

**Nama : Felix**

**NIM : 79160441**

Dosen Pembimbing:

Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M.

No Telpon: 087786296618

Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis

Konsentrasi Bisnis Internasional



**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**JULI 2020**

## 1. Abstrak

Pizza Hut merupakan salah satu nama restoran yang sudah tidak asing lagi terdengar di telinga para penggemar makanan Pizza yang ada. Restoran ini hadir pertama kali di Indonesia sejak tahun 1984 dan dari sejak awal hingga sekarang restoran ini tetap konsisten dalam melayani para pelanggannya yang berkunjung ke Pizza Hut. Semakin ketatnya persaingan dalam bisnis ini yang disebabkan oleh munculnya beberapa pesaing baru, membuat pihak Pizza Hut untuk semakin intensif dalam meningkatkan kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan kualitas layanan untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Pizza Hut.

Loyalitas Pelanggan terdiri dari 4 dimensi yaitu melakukan pembelian secara berulang, pembelian antar lini dan jasa, merefrensikan kepada orang lain, dan menunjukkan kekebalan terhadap tawaran pesaing. Kualitas produk terdiri dari 7 dimensi yaitu *Form*, *Feature*, *Performance Quality*, *Conformance Quality*, *Durability*, *Reliability*, dan *Style*. Kepuasan Pelanggan terdiri dari 5 dimensi yaitu pelanggan yang sangat puas umumnya tetap loyal lebih lama, membeli lebih banyak karena perusahaan memperkenalkan produk baru, berbicara baik kepada orang lain tentang perusahaan dan produknya, kurang memperhatikan merek yang bersaing dan kurang sensitive terhadap harga, dan menawarkan ide produk dan biaya yang lebih murah untuk melayani daripada pelanggan baru. Kualitas Layanan terdiri dari 4 dimensi yaitu *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*.

Metode penelitian yang dilakukan adalah metode *Non Probability Sampling* dengan mengumpulkan data melalui kuesioner dengan menyebarkan kepada 150 responden yang merupakan pelanggan Pizza Hut. Alat ukur dalam penelitian adalah uji validitas, uji realibilitas, uji regresi linier berganda, uji skor rata, rentang skala, dan uji asumsi klasik. Alat bantu yang digunakan adalah SPSS 20.0

Hasil penelitian ini menemukan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas layanan tidak terbukti mempengaruhi loyalitas pelanggan. Variabel kepuasan pelanggan terbukti mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan yang artinya bahwa pelanggan mempunyai pengalaman positif sehingga memunculkan loyalitas pelanggan.

## 2. Abstract

Pizza Hut is a restaurant name that is familiar in the ears of fans of existing Pizza food. This restaurant first appeared in Indonesia since 1984 and from the beginning until now this restaurant has remained consistent in serving its customers who visit Pizza Hut. The increasingly fierce competition in this business caused by the emergence of several new competitors, makes the Pizza Hut to be more intensive in improving product quality, customer satisfaction, and service quality to create customer loyalty. This study aims to analyze the effect of product quality, customer satisfaction, and service quality on Pizza Hut customer loyalty.

Customer Loyalty consists of 4 dimensions, namely making repeated purchases, purchasing between lines and services, reflecting on others, and showing immunity to competitors' offers. Product quality consists of 7 dimensions, namely Form, Feature, Performance Quality, Conformance Quality, Durability, Reliability, and Style. Customer Satisfaction consists of 5 dimensions: highly satisfied customers generally stay loyal longer, buy more because the company introduces new products, speaks well to others about the company and its products, pays less attention to competitive brands and is less price sensitive, and offers ideas products and costs that are cheaper to serve than new customers. Service Quality consists of 4 dimensions, namely Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy.

The research method used is the Non Probability Sampling method by collecting data through a questionnaire by distributing to 150 respondents who are Pizza Hut customers. Measuring instruments in this research are validity test, reliability test, multiple linear regression test, average score test, scale range, and classic assumption test. The tool used is SPSS 20.0

The results of this study found that product quality and service quality variables were not proven to affect customer loyalty. Variable customer satisfaction proven to affect customer loyalty.

This research concludes that product quality and service quality do not affect customer loyalty. Customer satisfaction has a significant effect, which means that customers have a positive experience that raises customer loyalty.

### **3. Pendahuluan**

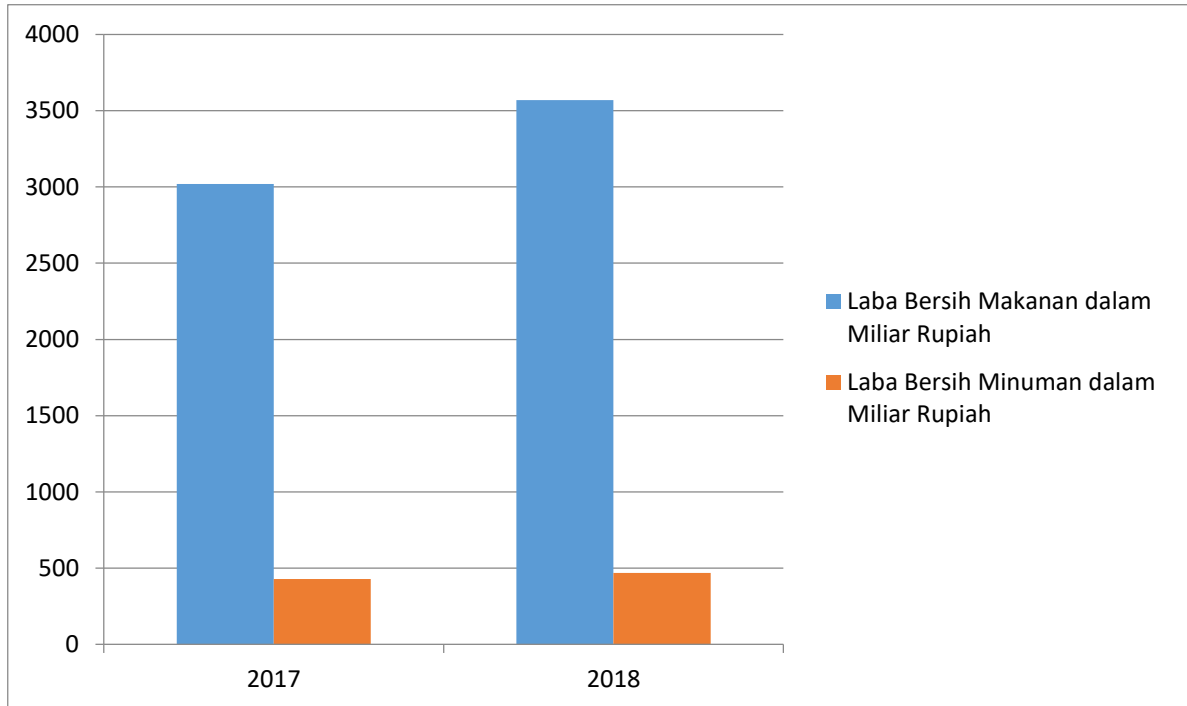
#### **A. Latar Belakang Masalah**

PT Sarimelati Kencana Tbk (PZZA), pemilik jaringan waralaba restoran Pizza Hut Indonesia, membukukan pendapatan 3,57 triliun rupiah sepanjang tahun lalu. Angka itu meningkat 16,6% dibanding periode yang sama tahun sebelumnya sebesar 3,02 triliun rupiah, ditopang segmen bisnis makanan. Sementara pada segmen bisnis minuman menyumbang 469 miliar rupiah terhadap penjualan. Angka ini juga tumbuh 9,5% dibanding tahun sebelumnya sebesar 428 miliar rupiah. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Pizza Hut meningkat karena adanya berbagai indikator yang mereka ingin tetap datang kesana yaitu kepuasan pelanggan, kualitas layanan, dan kualitas produk yang membuat para konsumen loyal terhadap Pizza Hut dan sebagaimana ditunjukkan pada gambar 1.1.

(Sumber: <https://katadata.co.id>)

**Gambar 1.1 Laba Bersih Makanan dan Minuman Pizza Hut**

Sumber: <https://katadata.co.id>



Dilihat dari Kualitas Produk pada berbagai persaingan, harga produk Pizza Hut fokus pada harga yang terjangkau dan produk pizza yang lebih tebal. Sehingga dengan harga yang sama maupun lebih murah, Pizza Hut dapat membuat konsumen lebih kenyang. Selain itu, variasi dari produknya pun lebih banyak dengan harga yang jauh lebih murah. Dari segi rasa, Pizza Hut sudah lebih mengadopsi selera orang Asia, khususnya Indonesia.

Dari Kualitas Layanan, Pizza Hut menerapkan budaya Indonesia yang sopan, ramah, tanggap, murah senyum, dan konsumen dianggap benar-benar harus dilayani bagai seorang “raja”. Dapat dinilai dari bagaimana melayani konsumen mulai dari memesan makanan/minuman, mengambil pesanan, sampai membersihkan sisa-sisa makanan sendiri (mengingat bahwa di Indonesia masih belum terbiasa budaya seperti itu).

Sedangkan kepuasan pelanggan dapat dinilai dari bagaimana konsumen merasa puas akan Pizza Hut secara seluruh aspek bisnis yang ada. Pizza Hut menjadi salah satu restoran pizza yang mampu menarik para konsumen, karena pelanggan sudah mengenal Pizza Hut dari dulu, terbukti akan produk yang berkualitas, layanan yang berkualitas, dan diharapkan membuat konsumen menjadi puas.

Loyalitas pelanggan dapat dinyatakan sebagai komitmen sikap yang mengarah ke hubungan dengan merek. Dapat diukur dari pembelian ulang dan kombinasi sikap serta perilaku dimoderatori oleh karakter individu pelanggan dan situasi pembelian.

## **B. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendapat gambaran tentang:

1. Kualitas produk Pizza Hut.
2. Kualitas layanan Pizza Hut.
3. Kepuasan pelanggan Pizza Hut.
4. Loyalitas pelanggan Pizza Hut.
5. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Pizza Hut.
6. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Pizza Hut.
7. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Pizza.

## **C. Manfaat Penelitian**

1. Bagi perusahaan

Dengan mengetahui seberapa kuat pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pizza Hut, maka bisa diharapkan memberi masukan bagi perusahaan untuk mengevaluasi dan menyusun kembali strategi dan program pemasaran di masa yang akan datang untuk meningkatkan profitabilitas.

## 2. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai salah satu bahan referensi bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian.

### **D. Hipotesis**

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut diatas dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1: Kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

H2: Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

H3: Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

## **4. Metode Penelitian**

### **A. Objek Penelitian**

Yang dijadikan sebagai subjek penelitian adalah konsumen yang pernah membeli dan dan mengonsumsi produk Pizza Hut.

### **B. Desain Penelitian**

#### **1. Tingkat Perumusan Masalah**

Berdasarkan tingkat perumusan masalahnya, maka studi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi formal.

#### **2. Metode Pengumpulan Data**

Berdasarkan metode pengumpulan data, penelitian ini menggunakan studi komunikasi dimana peneliti menggunakan alat bantu yaitu kuesioner.

#### **3. Kontrol Peneliti Terhadap Variabel**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan desain *ex post facto* yang mana peneliti tidak memiliki control terhadap variabel-variabel, dalam arti memanipulasinya.

#### **4. Tujuan Studi**

Penelitian ini memiliki tujuan kausal. Dalam studi kausal, peneliti berusaha untuk menjelaskan hubungan antar variabel, yaitu bagaimana pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Pizza Hut.

#### **5. Dimensi Waktu**

Dilihat dari dimensi waktunya, penelitian ini menggunakan studi *cross-sectional*, dimana pengumpulan data hanya dilakukan satu kali dalam satu waktu.

#### **6. Ruang Lingkup Topik Bahasan**

Penelitian ini menggunakan studi statistik yang didesain untuk cakupan yang lebih luas dan bukan mendalam. Hipotesis dari penelitian ini diuji secara kuantitatif.

#### **7. Lingkungan Penelitian**

Penelitian ini tergolong sebagai penelitian lapangan (*field study*), dimana subjek dan objek penelitian berada dalam lingkungan aktual.

### **C. Variabel Penelitian**

#### **1. Variabel Bebas**

Pada variabel bebas yang digunakan peneliti ialah variabel kualitas produk, kepuasan pelanggan dan kualitas layanan Pizza Hut.

#### **2. Variabel Terikat**

Pada variabel terikat yang digunakan peneliti ialah loyalitas pelanggan Pizza Hut.



#### **D. Teknik Pengambilan Sampel**

Populasi penelitian menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *judgement sampling*. Dalam penelitian ini, responden yang dipilih adalah konsumen yang pernah membeli dan mengonsumsi produk Pizza Hut sebanyak tiga kali dalam enam bulan terakhir.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan didalam penelitian ini adalah teknik komunikasi dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 150 responden Pizza Hut yang pernah membeli dan mengonsumsi produk Pizza Hut. Adapun yang digunakan pada kuesioner adalah skala likert dengan kriteria sebagai berikut:

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

CS = Cukup Setuju

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

#### **F. Teknik Analisis Data**

Setelah melakukan pengumpulan data melalui kuesioner, data harus diolah agar dapat berguna bagi penelitian. Peneliti menggunakan software SPSS. Teknik analisis yang digunakan peneliti di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Kuesioner
  - a. Uji Validitas
  - b. Uji Reliabilitas
2. Analisis Deskriptif
  - a. Rata- rata Tertimbang

- b. Rentang Skala
- 3. Uji Asumsi Klasik
  - a. Uji Normalitas
  - b. Uji Heterokedastisitas
  - c. Uji Multikolinearitas
  - d. Uji Otokorelasi
- 4. Uji Kecocokan Model (Uji F)
- 5. Uji Besar Pengaruh dan Prediksi (Uji T)

## **5. Hasil dan Pembahasan**

1. Berdasarkan 150 responden yang merupakan pelanggan Pizza Hut, terlihat bahwa mayoritas adalah pelanggan yang pernah membeli Pizza Hut sebanyak tiga kali dalam enam bulan terakhir.
2. Berdasarkan skor rata-rata, kualitas produk dapat dikatakan sangat baik. Namun ada indikator kualitas produk yang belum baik sehingga perlu adanya peningkatan. Hal ini dapat dilihat dari pertanyaan “Produk Pizza Hut dapat memiliki daya tahan cukup lama dibanding merek lain” yang memiliki nilai skor rata-rata rendah. Oleh karena itu, pelanggan setuju bahwa makanan yang enak ialah makanan yang memiliki daya tahan yang rendah.
3. Berdasarkan skor rata-rata, kepuasan pelanggan dapat dikatakan puas. Namun ada indikator kepuasan pelanggan yang belum baik sehingga perlu adanya peningkatan. Hal ini dapat dilihat dari pertanyaan “Anda memberikan ide kepada pihak Pizza hut demi kebaikan perusahaan” yang memiliki nilai skor rata-rata rendah. Oleh karena itu, perusahaan harus mengumpulkan ide-ide pelanggan agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

4. Berdasarkan skor rata-rata, kualitas layanan dapat dikatakan baik. Namun ada indikator kualitas layanan yang belum baik sehingga perlu adanya peningkatan. Hal ini dapat dilihat dari pertanyaan “Pizza Hut memiliki layanan ketepatan waktu yang baik” yang memiliki skor rata-rata rendah. Oleh karena itu, perusahaan harus memberikan informasi produksi yang sesuai SOP kepada pelanggannya agar dapat meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan.
5. Berdasarkan skor rata-rata, loyalitas pelanggan dapat dikatakan loyal. Namun ada indikator loyalitas pelanggan yang belum baik sehingga perlu adanya peningkatan. Hal ini dapat dilihat dari pertanyaan “Saya akan setia pada produk Pizza Hut apabila Pizza Hut sedang tidak tersedia” yang memiliki nilai skor rata-rata rendah. Oleh karena itu, perusahaan harus meningkatkan produksinya agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.
6. Kualitas produk tidak terbukti adanya pengaruh positif secara signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan Pizza Hut.
7. Kepuasan pelanggan terbukti adanya pengaruh positif secara signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan Pizza Hut.
8. Kualitas layanan tidak terbukti adanya pengaruh positif secara signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan Pizza Hut.

## **6. Kesimpulan dan Saran**

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pengujian data mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Pizza Hut, peneliti dapat menyimpulkan bahwa:

1. Kualitas Produk tidak terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

2. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.
3. Kualitas Layanan tidak terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Berdasarkan kesimpulan yang penelii peroleh melalui uji penelitian yang dilakukan pada bab 4, dapat diperoleh beberapa pertimbangan saran yang dapat diberikan oleh peneliti. Adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
  - a. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan Pizza Hut diharapkan manajemen Pizza Hut dapat memberikan kuesioner kepada pelanggan agar Pizza Hut dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan memberikan perhatian khusus sehingga pelanggan menjadi puas.
  - b. Untuk meningkatkan kualitas layanan Pizza Hut diharapkan manajemen Pizza Hut dapat memberikan informasi produksi yang sesuai SOP kepada pelanggan supaya para pelanggan tidak memerlukan waktu yang lama untuk menunggu pesanan yang dibuatnya.

### **Ucapan Terima Kasih**

Saya selaku penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada keluarga saya, dosen pembimbing, dosen kampus, teman-teman saya yang telah membantu saya untuk menyelesaikan karya akhir ini dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku Teks

- Cooper, D., & Schindler, P. (2014). *Business Research Methods 12 Edition*. McGraw-Hill Irwin .
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan Edisi Ke-2*. Yogyakarta: Center For Academic Publishing Service.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles Of Marketing (17e)*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Management Marketing (15e)*. Pearson.
- Priyatno, Duwi. (2016), *Belajar Alat Analisis Data Dan Cara Pengelohannya Dengan SPSS*, Yogyakarta: Gava Media.

### Jurnal

- Anggraini, Fitri, & Ruzikna. (2015). Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Koran Harian Riau Pos. *JOM FISIP*, 1-17, diakses 14 November 2019, <http://meida.neliti.com/media/publications/3922-ID-pengaruh-brand-image-terhadap-loyalitas-pelanggan-pada-koran-harian-riau-pos.pdf>
- Lestari, Ani., & Yulianto, Edy. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi. *Ilmu Administrasi Bisnis*, 1-8, diakses 14 November 2019, <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2219/2616>
- Putri, G. S., & Aniek, W. (2015). Pengaruh Persepsi Konsumen, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas. *Ilmu dan Riset Manajemen*, 1-20, diakses 14 November 2019, <https://repository.stiesia.ac.id/jirm/article/download/1048/1003>.
- Sampelan , A. G., Sem G. Oroh, & Silcyjeova, M. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Kebijakan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen pada Kawan Baru Mantos Manado. *Jurnal EMBA*, 170-179, diakses 14 November 2019, <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/9339>.
- Septian, H. E. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif Layanan Jasa dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Nilai Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Manajemen*, 1-16, diakses 14 November 2019, <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/1036/1011>

### Website

- Ekarina. *Pendapatan PT Sarimelati Kencana Tbk (PZZA) tahun 2017-2018*, diakses 12 November 2019, <https://katadata.co.id/berita/2019/04/01/ditopang-segmen-makanan-pizza-hut-raup-pendapatan-rp-35-t-di-2018>

*Logo Pizza Hut*, diakses 12 Desember 2019,

<https://www.google.com/search?q=logo+pizza+hut>

*Mengenal Pizza Hut*, diakses 12 November 2019,

<https://www.pizzahut.co.id/tentang-kami/mengenal-pizza-hut>

*Menu Pizza Hut*, diakses 12 Desember 2019,

<https://www.google.com/search?q=menu+pizza+hut>

*Pizza Hut Mall Taman Anggrek*, diakses 12 Desember 2019

<https://www.alamat.com/loc/pizza-hut-taman-anggrek-mall-tanjung-duren-selatan>

*Sejarah Pizza Hut*, diakses 12 November 2019,

<https://ourstory.id/sejarah-waralaba-pizza-hut-waralaba-pizza-terbesar/>

