

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Semakin berkembangnya pesat bisnis usaha restoran cepat saji, secara globalisasi membuat para pesaing bisnis baru muncul dan membuat inovasi baru di berbagai bidang usaha. Sehingga hal itu berdampak positif untuk membangun perusahaan agar lebih berdaya juang untuk siap bersaing dengan pesaing bisnis baru. Dalam menghadapi pesaing bisnis baru, sebagai perusahaan harus mampu mempunyai nilai lebih bagi pelanggannya dan menjaga dalam waktu jangka panjang karena loyalitas konsumen merupakan sesuatu yang sangat diperlukan oleh perusahaan (Kotler, Hayes dan Bloom, 2002). Perusahaan yang berhasil ialah perusahaan yang mampu mengerti maupun memenuhi keinginan dan kebutuhan dari konsumennya. Baik itu dari sisi kualitas produk maupun jasa serta pelayanan yang diberikan. Para pengusaha haruslah menciptakan bisnis yang paling aman dan menguntungkan. Dan tidak hanya asal membuka suatu bidang usaha saja, tetapi harus dipikirkan dengan matang.

Belakangan ini bisnis yang sedang marak dan cukup menjanjikan adalah berbisnis di bidang makanan. Salah satunya adalah restoran cepat saji. Hal ini bisa terjadi karena makanan adalah salah satu kebutuhan pokok yang paling utama. Karena setiap manusia membutuhkan makanan sebagai kebutuhan primer. Bisnis dalam bidang makanan harus memiliki strategi-strategi khusus untuk menarik minat daya beli konsumen terhadap produk yang dijual.

Dalam bisnis makanan, kualitas produk yakni cita rasa yang tinggi serta kualitas bahan – bahan dari makanan yang disajikan harus diperhatikan. Selama kualitas makanan



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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



itu mampu memenuhi kepuasan konsumen, maka citra yang baik bagi perusahaan itu sendiri akan terus melekat dengan sendirinya di benak konsumen tersebut, karena kepuasan pelanggan merupakan nilai yang dirasakan pelanggan waktu melakukan pembelian. Tujuan pengukuran kepuasan adalah untuk memberikan informasi, supaya pelanggan, menjadi loyal dan dapat meningkatkan kinerja keseluruhan suatu perusahaan (Oliver, 1977; Rust, Zahorik and Keiningham, 1994). Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya (Tjipto, 1998:147).

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi mereka atas kualitas produk. Jika persepsi tersebut sesuai, pelanggan dipuaskan. Sebaliknya jika tidak sesuai dengan persepsi pelanggan, maka mereka tidak puas. Setelah mereka puas, mereka melakukan pembelian berulang-ulang. Kepuasan pelanggan inilah yang menyebabkan mereka menjadi loyal (Bolton dan Drew, 1991; Zeithaml et al, 1996). Pelanggan adalah orang yang ingin memperoleh apa yang dia inginkan. Karena itu penyedia jasa terus bekerja untuk memberikan keuntungan bersama, baik kepuasan pelanggan maupun keuntungan penyedia jasa. Dengan konsumen atau pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan, maka perusahaan mempunyai nilai lebih dalam benak konsumen. Hal itu bermanfaat sebagai kekuatan untuk menghadapi pesaing bisnis.

Di Indonesia, persaingan antar restoran cepat saji khususnya restoran Pizza kini sangatlah ketat. Mulai dari Pizza Hut, Domino's Pizza, Pizza Marzano, dan Pezzo Pizza. Dalam hal menyajikan produk/makanan, pesaing – pesaing tersebut seluruhnya berupaya meningkatkan kualitas produk dan terus melakukan inovasi terhadap produk serta menawarkan keunggulan – keunggulan yang berbeda untuk menarik pelanggan dan mempertahankan pembelian yang berkelanjutan dari pelanggan agar perusahaan pun akan dikenal oleh banyak orang dan usahanya akan terus berjalan. Fenomena persaingan

Hal Cipta Milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Ditirungi Undang-Undang

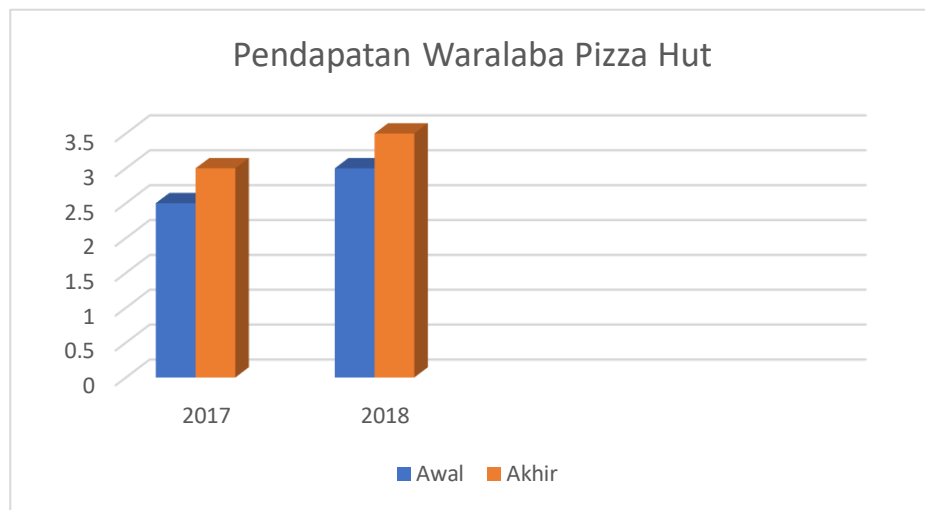
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





Gambar 1.1

Grafik Peningkatan Pendapatan Waralaba Pizza Hut Indonesia



Sumber: <https://katadata.co.id/berita/2019/04/01/ditopang-segmen-makanan-pizza-hut-raup-pendapatan-rp-35-t-di-2018>

Pizza Hut selalu meningkatkan kualitas produknya dengan sebaik – baiknya, dilihat dari penjualannya yang terus meningkat setiap tahunnya. Pizza Hut mampu bersaing dengan restoran – restoran sejenis dalam mempertahankan kualitas produk sehingga pelanggan pun puas dan mau melakukan transaksi terus menerus. Maka dari itu, berdasarkan uraian di atas penulis merasa tertarik untuk mengadakan suatu penelitian terhadap Pizza Hut khususnya mengenai kualitas produknya yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.

**B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi masalah yang dihadapi sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Pizza Hut?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Pizza Hut?
3. Bagaimana kualitas produk yang disajikan oleh Pizza Hut?
4. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan Pizza Hut?

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.



### C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini antara lain :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Pizza Hut?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Pizza Hut?

### D. Batasan Penelitian

Dalam penulisan ini, penulis memberikan batasan penelitian antara lain seperti di bawah ini :

1. Penelitian yang dilakukan adalah representasi dari seluruh cabang Pizza Hut di Jakarta.
2. Batasan responden dalam penelitian ini adalah responden yang pernah mengonsumsi Pizza Hut.
3. Waktu penelitian adalah November 2019 – Januari 2020.

### E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Pizza Hut?”

### F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendapatkan informasi mengenai :

1. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Pizza Hut .
2. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Pizza Hut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



3. Pengaruh kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

Pizza Hut.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
© **Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

### **G. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini bagi pihak – pihak yang berkepentingan adalah sebagai berikut :

#### **1. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini sebagai sumber informasi untuk bagaimana lingkungan merespon faktor-faktor yang dinilai menjadi bahan pertimbangan dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan sehingga lebih dapat memajukan kinerja perusahaan agar dapat menjadi perusahaan yang lebih unggul dibandingkan para pesaing.

#### **2. Bagi Penelitian Selanjutnya**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dan acuan atau referensi bagi penelitian selanjutnya.

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.