

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu kesempatan bisnis yang dikala ini lagi tumbuh merupakan industri santapan(Safitri, 2018). Permintaan pasar yang terus menjadi bertambah terhadap inovasi produk santapan dengan rasa yang lezat serta higienis dan harga terjangkau membuat para pelakon bisnis santapan bersaing secara kompetitif buat mempertahankan usahanya. Kegiatan pemasaran dikala ini jadi sangat berarti untuk usaha khususnya Restoran sebab Restoran ialah usaha gastronomi yang menyajikan hidangan kepada warga serta sediakan tempat buat menikmati hidangan itu dan menetapkan tarif tertentu buat santapan serta pelayanannya(Utami, 2015).

Pertumbuhan industri restoran kilat saji di Indonesia sangat pesat. Saat ini ada 42 industri waralaba lokal jauh lebih sedikit jumlahnya dari waralaba asing yang jumlahnya mencapai 451 industri,di dalamnya sudah tercantum waralaba yang terdapat di kota- kota besar sebanyak 17 waralaba lokal serta 25 waralaba asing. Bisnis waralaba sangat berkembang pesat di Indonesia, keadaan ini didukung oleh penduduk Indonesia yang berjumlah cukup besar yaitu sebanyak 252. 124. 458 jiwa pada tahun 2014(Asosiasi Franchise Indonesia, 2018).

¹¹ Pizza Hut merupakan restoran berantai serta waralaba santapan internasional yang mengkhususkan dalam produk pizza. Bermula dari kedai

pizza kecil yang bertempat di Wichita, Kansas, Amerika Serikat. Pizza Hut tumbuh jadi restoran pizza terbanyak di dunia dengan lebih dari 5.600 restoran yang tersebar di 97 negeri. Pizza Hut membuka restoran di Indonesia pada tahun 1984 di Djakarta Theatre Building, Thamrin, Jakarta. Saat ini, Pizza Hut sudah mempunyai lebih dari 200 restoran yang tersebar di 22 propinsi di Indonesia, dari mulai Aceh hingga dengan Abepura, Papua.

PT. Sari Melati Kencana ialah industri pemegang hak waralaba tunggal Pizza Hut Indonesia. Kedatangan pizza Hut sangat menguntungkan konsumen, dimana konsumen tidak butuh waktu yang lama buat memperoleh menu pilihannya. Tidak hanya kilat serta instan, restoran Pizza Hut pula membagikan kenyamanan dalam pelayanan serta pula atmosfer aman di tempat makannya. Untuk Pizza Hut kepuasan pelanggan merupakan perihal utama, sebab pelanggan yang merasa puas hendak membagikan keuntungan kepada industri. Dengan kepuasan tersebut hingga pelanggan hendak jadi setia sehingga hendak berakibat positif untuk loyalitas pelanggan.

Tabel 1.1 mendeskripsikan jumlah pengunjung di Pizza Hut Semarang selama tahun 2019.

Tabel 1.1
Data Jumlah Pengunjung Pizza Hut Semarang
Tahun 2019

No.	Bulan	Jumlah Pengunjung	Prosentasi (%)	Prosentase Perubahan (%)
1	Januari	18.167	9,38	-
2	Februari	18.035	9,31	-0,07
3	Maret	19.802	10,22	0,91
4	April	13.800	7,13	-3,10
5	Mei	14.500	7,49	0,36
6	Juni	15.617	8,06	0,58
7	Juli	16.501	8,52	0,46
8	Agustus	17.705	9,14	0,62
9	September	13.546	6,99	-2,15
10	Oktober	15.765	8,14	1,15
11	November	13.486	6,96	-1,18
12	Desember	16.759	8,65	1,69
	Total	193.683	100	

Sumber : Pizza Hut Semarang, 2019.

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diinterpretasikan bahwa jumlah pengunjung mengalami fluktuasi cenderung menurun. Dari bulan Januari ke Februari mengalami penurunan sebesar 0,07 %. Kemudian meningkat pada bulan Maret sebesar 0,91 %. Penurunan jumlah pengunjung juga terjadi pada bulan April sebesar 3,10%. Terhitung mulai bulan Mei sampai bulan Agustus mengalami kenaikan. Kemudian pada bulan September penurunan sebesar 2,15%. Sedangkan pada bulan November penurunan sebesar 1,18% dan meningkat pada bulan Desember sebesar 1,69%. Oleh karena itu menarik untuk diteliti faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan diantaranya mutu pelayanan, harga dan promosi.

Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh mutu pelayanan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yaitu Novia dan Utami (2019) menemukan bahwa mutu pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Akan tetapi pendapat berbeda justru dikemukakan oleh Surachman (2017) bahwa mutu pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Faktor berikutnya yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan adalah harga. Dimana dengan adanya penentuan harga yang relatif terjangkau akan mendorong peningkatan penjualan. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yaitu Cardia dan Santika (2019) menemukan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pendapat berbeda dikemukakan oleh Elisabeth (2013) menemukan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Putri (2016) menemukan bahwa harga berpengaruh negative dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, akan tetapi *variable* mutu pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Promosi juga memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan, hal ini sejalan dengan penelitian Soraya (2015) menemukan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Tommy dan Kristianti (2018) menemukan bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Dari penelitian terdahulu secara rinci penulis menyajikan dalam bentuk tabel untuk membandingkan hasil dari penelitian-penelitian yang pernah dilakukan yaitu:

Tabel 1.2
Research Gap

<i>Variable</i>		Jurnal	
Bebas	Terikat	Peneliti	Berpengaruh / Tidak Berpengaruh
Mutu Pelayanan	Loyalitas Pelanggan	1. Novia dan Utami (2019) 2. Putri (2016)	Berpengaruh
		1. Surachman (2017)	Tidak Berpengaruh
Harga	Loyalitas Pelanggan	1. Cardia dan Santika (2019)	Berpengaruh
		1. Elisabeth (2013) 2. Putri (2016)	Tidak Berpengaruh
Promosi	Loyalitas Pelanggan	1. Soraya (2015)	Berpengaruh
		1. Tommy dan Kristianti (2018)	Tidak Berpengaruh

Melalui *research gap* yang telah ditentukan dalam penelitian terdahulu maka dapat diketahui adanya perbedaan dari masing-masing *variable* dimana ada *variable* dengan hasil yang berpengaruh dan *variable* tidak berpengaruh.

Perbedaan hasil penelitian tersebut menarik minat penulis untuk melakukan penelitian kembali terkait dengan loyalitas pelanggan dengan mengangkat satu *variable* baru yaitu kepuasan pelanggan sebagai *variable intervening* guna untuk mengatasi perbedaan hasil tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan mendasar pada penjelasan latar belakang di atas, maka dapat dikemukakan rumusan masalah yang ingin diteliti penulis adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh antara mutu pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Pizza Hut di Semarang ?
2. Bagaimana pengaruh antara harga terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Pizza Hut di Semarang ?
3. Bagaimana pengaruh antara promosi terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Pizza Hut di Semarang ?
4. Bagaimana pengaruh antara mutu pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Pizza Hut di Semarang ?
5. Bagaimana pengaruh antara harga terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Pizza Hut di Semarang ?
6. Bagaimana pengaruh antara promosi terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Pizza Hut di Semarang ?
7. Bagaimana pengaruh antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Pizza Hut di Semarang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh antara mutu pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Pizza Hut di Semarang.

2. Untuk mengetahui pengaruh antara harga terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Pizza Hut di Semarang.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara promosi terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Pizza Hut di Semarang.
4. Untuk mengetahui pengaruh antara mutu pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Pizza Hut di Semarang.
5. Untuk mengetahui pengaruh antara harga terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Pizza Hut di Semarang.
6. Untuk mengetahui pengaruh antara promosi terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Pizza Hut di Semarang.
7. Untuk mengetahui pengaruh antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Pizza Hut di Semarang.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat seperti berikut :

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat mendukung teori yang berkembang mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan.
2. Secara praktis ;
 - a. Bahan informasi dan referensi untuk perpustakaan serta bagi para peneliti yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

- b. Bagi pemilik outlet, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai gambaran dalam mengetahui loyalitas dan kepuasan pelanggan khususnya di restoran Pizza Hut yang ada di Semarang.
- c. Bagi peneliti, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai cara untuk membagikan ilmu yang didapatkan pada waktu kuliah.

