

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

Pizza Hut merupakan jaringan restoran waralaba *franchise* terbesar di dunia dengan hampir 12.000 cabang restoran yang tersebar di lebih dari 84 Negara. Pizza Hut didirikan pada tahun 15 Juni 1958 oleh dua bersaudara yaitu Dan dan Frank Carney di Whicit, Kansas, USA. Pizza Hut yang awalnya hanya merupakan usaha perorangan telah berkembang dan berubah menjadi restoran yang terdaftar dan berpusat di Kansas. Hal ini ditandai dengan dibukanya cabang pertama pada tahun 1959 di Topeka, Kansas. Pada tahun 1968, Pizza Hut juga mulai melebarkan sayapnya ke dunia internasional yaitu dengan membuka cabang di Kanada. Pizza Hut di berbagai Negara mempunyai gaya atau ciri pizza tersendiri yang biasanya disesuaikan dengan selera rasa masyarakat setempat. Pada tahun 1969, Pizza Hut yang terkenal dengan sebutan “Si Atap Merah” (*red roof*) resmi diakui penggunaannya untuk restoran Pizza Hut sekaligus menjadi simbol pelayanan jasa restoran terbaik.

Pizza Hut membuka cabang restoran pertama di Indonesia tahun 1984 di Gedung Jakarta Theatre, daerah Thamrin, Jakarta. Kini, Pizza Hut mempunyai lebih dari 240 restoran yang tersebar di seluruh Indonesia dimana pemegang hak waralaba tunggal di Indonesia ialah PT. Sari Melati Kencana (PT.SMK). Saat ini kantor pusat Pizza Hut bertempat di Gedung Graha Mustika Ratu, Jakarta. Pizza Hut memperoleh sertifikat halal dari LPPOM MUI dan memperoleh sertikat HACCP (*Hazard Analysis Critical Control and Point System*), selain itu dalam proses produksinya Pizza Hut menerapkan *Good Manufacturing Practices* (GMP).

Restoran Pizza Hut memposisikan dirinya sebagai *mid casual dining* dan merupakan restoran yang melayani *dine-in*, *take a way* dan *delivery service*. Pizza Hut menyediakan berbagai macam pizza dengan pilihan variasi topping serta menu pelengkap lainnya seperti pasta, salad, ice cream dan sebagainya.

1.1.2 Visi dan Misi Pizza Hut

Adapun visi dan misi dari Pizza Hut adalah sebagai berikut.

a. Visi

Menjadikan perusahaan berkembang dengan kerja keras, kerjasama antar karyawan.

b. Misi

1. Semangat dalam bekerja agar mendapatkan hasil yang memuaskan.
2. Melayani konsumen dengan baik.
3. Menerima kritik dari konsumen agar perusahaan dapat menjadi lebih baik.
4. *Openmind* terhadap segala hal.

1.1.3 Logo dan Makna Logo

Berikut merupakan logo dan makna logo dari Pizza Hut :



GAMBAR 1.1
Logo Pizza Hut
Sumber : www.pizzahut.co.id

Logo dari Pizza Hut dengan gambar “atap merah” yang menjadikan simbol pelayanan restoran terbaik. Makna dari simbol ini dibuktikan dengan pelayanan yang ramah dan sopan yang dilakukan karyawan dalam melayani konsumen.

1.1.4 Produk dan Layanan

Pizza Hut menyediakan jasa *delivery* dan produk pizza, pasta, nasi, *appetizer*, minuman, *dessert* dan sarapan pagi. Berikut adalah beberapa Produk dari pizza Hut :



GAMBAR 1.2
Produk pizza hut
 Sumber : www.pizzahut.com

1.2 Latar Belakang

Menurut Valoka (2017) pada saat ini, restoran *fast food* merupakan pilihan yang tepat di tengah situasi perekonomian dan perkembangan penduduk Indonesia. Pertumbuhan ini mengindikasikan bahwa restoran fast food memiliki potensi untuk terus berkembang khususnya di Indonesia. Semakin banyak prospek yang terus menjanjikan dalam usaha restoran *fast food*, maka semakin banyak perusahaan-perusahaan baru yang bermunculan bergerak dalam industri yang sama, hal tersebut dikarenakan adanya permintaan pasar yang menjanjikan. Sebagaimana gambar di bawah ini memperlihatkan bahwa banyak perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam industri *fast food* di Indonesia dengan sistem waralaba.

No	Nama Restpran	Jumlah Gerai
1	KFC	608
2	Pizza Hut	458
3	Burger King	411
4	CFC	303
5	A & W	250
6	Domino Pizza	230

7	McDonalds	198
8	Hoka-Hoka Bento	195
9	Texas Chiken	183
10	Izzi Pizza	48

TABEL 1.1
10 Perusahaan Fast Food di Indonesia
Sumber : Olah Data Penulis

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa persaingan yang terjadi antar restoran cepat saji di Indonesia cukup kompetitif. Data di atas menunjukkan perkembangan tertinggi pada perusahaan restoran *fast food* di Indonesia peringkat pertama ditempati oleh KFC dengan jumlah gerai paling banyak yaitu mencapai 608 gerai, peringkat kedua dimiliki oleh pizza hut dengan jumlah gerai 458 gerai dan peringkat ketiga dimiliki oleh Burger King dengan jumlah 411 gerai.

Pizza masuk ke Indonesia di akhir abad 20 tepatnya tahun 1980 pada masa pemerintahan Soeharto. Pizza yang masuk pertama kali ke Indonesia yaitu pizza asal Amerika. Pizza ini diperkenalkan oleh salah satu restoran pizza pertama dan tertua di Indonesia. Mengenai pizza, saat ini sudah banyak macam restoran pizza yang terkenal di Indonesia. Jauh sebelum pizza asal Amerika populer di Indonesia, pizza asal Italia juga masuk dan menjadi makanan alternatif sebagian besar masyarakat Indonesai seperti Pizza Hut, Domino Pizza, Papa Rons Pizza, Pizza Ebira dan Pizza Express. (sumber :www.fimela.com)

Menurut Krisdianti (2019) restoran *fast food* yang populer di Indonesia salah satunya adalah *Pizza Hut*. *Pizza Hut* hadir di Indonesia untuk pertama kalinya pada tahun 1984, dan merupakan rerstoran Pizza pertama di Indonesia. *Pizza Hut* bisa dijadikan pilihan yang tepat untuk menikmati hidangan khas Itali, *Pizza Hut* adalah salah satu jaringan restoran waralaba yang berasal dari Amerika yang menghadirkan gaya berbeda dalam menikmati berbagai hidangan pizza bersama dengan menu pendamping lainnya, termasuk *salad*, *pasta*, dan *breadstick*. *Pizza Hut* merupakan anak perusahaan dari Yum Brands, Inc, salah satu jaringan restoran terbesar di dunia. Ada lebih dari 6.000 restoran *Pizza Hut* di Amerika

Serikat, sekitar 5.600 restoran tersebar di 97 negara, dan ada 200 gerai restoran *Pizza Hut* yang tersebar di 22 Provinsi di Indonesia. (sumber: www.pizzahut.co.id)

Berikut posisi restoran Pizza di Indonesia berdasarkan hasil *review* :

No	Restoran pizza	Reviews
1	Pizza Hut	185
2	Marche Pizza	181
3	Domino Pizza	122
4	Pzza e birra	124
5	Pantoes Pizza	96
6	Pizza Marzano	75
7	Pepenero	73
8	Papa Ron's Pizza	68
9	Izzi Pizza	37
10	Pizza Bar	3

TABEL 1.2
Reviews Pizza

Sumber : <https://www.tripadvisor.co.id>

Pada tabel 1.2 dapat dilihat bahwa *Pizza Hut* mendapat *reviews* terbanyak dari pilihan tempat bersantap pizza oleh konsumen. Maka dari itu *Pizza Hut* digemari konsumen. Meskipun menjadi *reviews* terbanyak diantara para pesaing sejenis, *Pizza Hut* harus bisa mempertahankan posisi nya karena banyaknya pesaing sejenis yang selalu meningkatkan kualitas perusahaannya.

Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2014:268) “berfokus pada upaya pemenuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen”. Menurut Lupiyadi (2014:217) “terdapat lima dimensi pokok yang dikenal dengan SERVQUAL (*service quality*) yang digunakan oleh pelanggan untuk menilai status kualitas pelayanan, yaitu *Tangibles* (berwujud), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan) dan *Empaty* (empati)”.

Menurut Yulianti (2016) kepuasan konsumen bagi perusahaan menjadi acuan keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanannya pada konsumen.

Untuk mencapai kepuasan konsumen perusahaan dapat memberikan kualitas pelayanan yang optimal sesuai dengan harapan konsumen. Konsumen yang terpuaskan akan menjadi dampak positif bagi perusahaan. Menurut Kotler (2014:150) “kepuasan konsumen yaitu perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan”.

Pada penelitian ini peneliti memilih *Pizza Hut* cabang Riau Bandung sebagai objek penelitian dan melakukan wawancara dengan Bapak Herry selaku Manajer *Pizza Hut* cabang Riau, beliau mengatakan bahwa “*Pizza Hut* cabang Riau Bandung berusaha memberikan kualitas pelayanan yang baik agar konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan akan tetapi masih ada pelanggan merasa kurang puas dengan kualitas pelayanan yang mereka terima”. Berdasarkan teori, kualitas pelayanan yang baik akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Akan tetapi dari hasil wawancara bersama Manajer *Pizza Hut*, teori tersebut tidak sesuai dengan kondisi lapangan.

Maka dari itu berdasarkan pemaparan latar belakang dan fenomena yang ada maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pizza Hut (Studi Pada Mahasiswa Telkom University Bandung 2019)**”.

1.3 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas dapat diketahui rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Bagaimana kualitas pelayanan pada *Pizza Hut* cabang Riau Bandung?
2. Bagaimana kepuasan konsumen pada *Pizza Hut* cabang Riau Bandung?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada *Pizza Hut* cabang Riau Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian di latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui kualitas layanan pada Pizza Hut cabang Riau Bandung.
2. Mengetahui kepuasan konsumen pada Pizza Hut cabang Riau Bandung.
3. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Pizza Hut cabang Riau Bandung.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan dan untuk kejelasan penulisan hasil penelitian. Dengan sistematika penulisannya yaitu sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat mengenai objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tinjauan pustaka, kerangka pemikiran, hipotesis dan ruang lingkup penelitian. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yakni :, Kepuasan Konsumen dan Kualitas Pelayanan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas metode penelitian yang digunakan, jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan dibahas mengenai kesesuaian antara teori terhadap aktivitas observasi yang dilakukan serta pembahasan hasil observasi sehingga dapat mencapai tujuan yaitu menjawab permasalahan-permasalahan yang diangkat.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir dipaparkan kesimpulan hasil observasi yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, serta saran-saran yang ingin disampaikan terhadap perusahaan yang dijadikan objek observasi.