

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Bisnis saat ini mengalami perkembangan yang sangat cepat dikota Jakarta. Salah satunya ialah bisnis kuliner, membuat para pelaku bisnis saling bersaing ketat dengan berbagai macam bentuk persaingan dengan melalui segi pelayanan, segi kualitas produk, dan harga produk. Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh setiap pelaku usaha adalah dengan membuat strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen yang akan mempengaruhi kepuasan konsumen dan kepuasan ini akan berkelanjutan yang akan menarik lebih banyak konsumen karena merupakan salah satu indikator yang cukup dapat diandalkan untuk kelangsungannya. hubungan dengan pelanggan lama dan terus memperoleh pelanggan baru dengan konsep kepuasan pelanggan, akan memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap pangsa pasar. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pizza Hut di kota Jakarta. Dilihat dari menu makanan dengan harga yang tersedia dalam daftar menu, kecepatan pelayanan, kualitas produk (makanan), dan harga merupakan hal terpenting dari pelayanan yang diberikan oleh penjual dan pembeli (konsumen) dan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Pizza Hut merupakan salah satu usaha kuliner yang berada di kota Jakarta yang mampu bersaing di kota-kota besar. Jakarta merupakan ibu kota negara Indonesia, dimana bisnis tersebar di seluruh penjuru kota, dan Pizza Hut merupakan salah satu bisnis yang dapat bersaing. Seperti bisnis kuliner lainnya, Pizza Hut juga menawarkan berbagai produk makanan dan minuman, dimana menu utamanya adalah pizza. Dengan bisnis kuliner yang semakin berkembang, PizzaHut harus berjuang keras untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada, dan harus bisa mendatangkan pelanggan baru.

Pencapaian tujuan perusahaan memerlukan strategi perusahaan untuk membuat pelanggan merasa puas seiring dengan saingan bisnis yang semakin banyak di pasar. Kepuasan konsumen menjadi patokan untuk mengukur sejauh mana perkembangan bisnis sehingga bisnis dapat terus berjalan. Kepuasan konsumen menjadi tolok ukur

Upaya untuk membentuk strategi masa depan yang berguna untuk memenangkan persaingan antar bisnis lainnya. Apabila konsumen tidak puas dengan pelayanan atau produk yang kita berikan, maka akan menjadi ancaman bagi kelangsungan hidup perusahaan kedepannya. Tentunya jika konsumen puas maka mereka akan melakukan pembelian ulang. Selain itu, dengan pengalaman menyenangkan yang dirasakan konsumen, mereka akan menceritakan kepada orang lain tentang pengalaman baik yang telah mereka alami.

Kepuasan pelanggan tidak hanya tercipta karena kualitas produk yang dihasilkan perusahaan sangat baik. Namun ada faktor lain yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan seperti kualitas pelayanan, harga, faktor situasi dan faktor personal dari pelanggan. Dengan adanya faktor tersebut maka perusahaan Pizza Hut harus dapat memikirkan strategi untuk menarik konsumen untuk berkunjung bahkan melakukan pembelian ulang. Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui pelayanan yang berkualitas dan penyampaian produk yang berkualitas dengan harga yang kompetitif. Saat ini, konsumen memiliki kekuatan besar dalam menentukan produk atau barang apa yang mereka inginkan dan juga bagaimana mereka mengevaluasi merek yang mereka konsumsi. Kualitas produk menunjukkan daya tahan dan keandalan produk. Dari perspektif pemasaran, kualitas diukur dalam hal persepsi pembeli tentang kualitas atau kualitas produk. Sebagian besar produk yang dipasok atau diperoleh berasal dari salah satu dari empat kualitas, yaitu kualitas rendah, kualitas sedang, kualitas baik (*high*), dan kualitas sangat baik. Menurut Kotler dan Keller (2016:145) “kualitas produk adalah keseluruhan karakteristik suatu produk atau jasa pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang tersirat”. Konsumen mengharapkan produk yang dibeli memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan harapan agar dapat memuaskan mereka. Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa produk, perusahaan tidak akan bisa berbuat apa-apa dari usahanya. Pembeli akan membeli produk jika ia merasa cocok, oleh karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan atau kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil, dengan kata lain pembuatan produk lebih berorientasi pada keinginan pasar atau keinginan konsumen.

Selain ditinjau dari kualitas suatu produk, faktor harga juga merupakan hal penting yang menjadi pertimbangan konsumen. Persepsi konsumen terhadap suatu harga dapat mempengaruhi keputusan dalam membeli atau menggunakan suatu produk sehingga suatu perusahaan harus mampu memberikan persepsi yang baik terhadap produk atau jasa yang dijualnya. Salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen adalah persepsi harga. Menurut Malik dan Yaqoob (2012:487) persepsi harga adalah “*the process by which consumers interpret price and attribute value to a good or service proses*”, yang berarti sebuah proses dimana pelanggan menafsirkan nilai harga dan atribut ke barang atau pelayanan yang diinginkan.

Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu kunci keberhasilan. Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk menyeimbangkan harapan dan pelanggan. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan konsumen adalah persepsi konsumen mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi kualitas jasa, yaitu: bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan Empati (*emphaty*). Dengan adanya kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik serta didukung dengan strategi harga yang kompetitif, tentunya juga akan mempengaruhi kepercayaan konsumen. PizzaHut menyediakan layanan dengan kecepatan penyajian produk dengan waktu 17 menit siap diterima konsumen, selain itu PizzaHut juga menyediakan jasa delivery order dengan kecepatan waktu kurang dari 30 menit produk yang di pesan akan diterima konsumen.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2012:115) “kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan pelanggan”. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu meningkatkan kepuasan konsumen dimana perusahaan pengalaman memaksimalkan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan.

Kepuasan merupakan perasaan seseorang yang menyatakan hasil perbandingan atas produk atau jasa dari suatu hal yang diterima dan yang menjadi harapannya.

Menurut Ririn dan Mastuti (2011:117) “Kepuasan konsumen merupakan suatu hal yang unik karena kepuasan konsumen bersifat dinamis. Tingkat kepuasan seseorang terhadap suatu barang atau jasa dari waktu ke waktu selalu berubah-ubah. Kebutuhan dan keinginan serta harapan tidak lagi sama dengan hari-hari sebelumnya, begitu pula tingkat kepuasan konsumen selalu berubah-ubah, tergantung dari kondisi internal dan eksternal yang melekat pada konsumen itu sendiri”.

Kepuasan konsumen secara sederhana dapat diidentifikasi sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terpenuhi melalui produk yang mereka konsumsi. Dalam memasarkan produknya, perusahaan akan selalu berusaha untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen lama dan konsumen baru. Oleh karena itu, keinginan dan kebutuhan konsumen perlu diidentifikasi secara jelas oleh perusahaan, karena menjadi bagian dari pengembangan produk untuk melebihi harapan konsumen. Dalam hal ini Pizza Hut menentukan harga yang sesuai dengan kualitas makanan yang disajikan.

Restaurant Pizza Hut ini merupakan salah satu resto dari jaringan waralaba Pizza Hut Indonesia. Resto ini menyediakan berbagai produk Pizza Hut baik berbentuk paket atau pesanan khusus. Terdapat banyak menu Pizza Hut yang tersedia dapat dipesan dengan berbagai ukuran mulai dari small, medium hingga large.

Restoran Pizza Hut Cempaka Putih selalu berusaha untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan terus meningkatkan kualitas produk yang disediakan, mengkondisikan harga produk yang relevan serta meningkatkan kualitas pelayanan mereka. Kelebihan lainnya yang dimiliki Pizza Hut ialah adanya layanan Pizza Hut delivery, dengan layanan ini pelanggan cukup memesan melalui nomor telepon restoran PizzaHut Cempaka Putih atau melalui aplikasinya secara online.

Di restoran Pizza Hut Cempaka putih setelah adanya keputusan pemerintah memperbolehkan untuk bisa makan di tempat dengan pemberian waktu makan satu jam antusias pembeli saat ini lebih baik dari pada saat masa pandemi tahun 2020, keputusan pembelian cukup tinggi dimana dalam sehari ada 100-200 transaksi untuk *weekday* dan 250-300 transaksi untuk *weekend*. Jika dilihat untuk beberapa bulan ini pasarnya sendiri pada saat jam makan siang lebih banyak di kunjungi oleh para pegawai kantor, karena lokasi restoran berdekatan dengan perkantoran. Sedangkan untuk sore hingga malam hari lebih banyak eksekutif muda dan keluarga.

Untuk harga sendiri beberapa produk Pizza Hut setiap awal tahun mengalami perubahan harga, karena harga bahan baku yang digunakan juga mengalami peningkatan.

Berikut data jumlah transaksi penjualan Pizza Hut yang beralamat di Jl. Cempaka Putih Raya No. 145, Cempaka Putih, Jakarta Pusat selama satu tahun terakhir.

**Tabel 1.1**  
**Total Sales PIZZA HUT Cempaka Putih**

NO	TAHUN	BULAN	TOTAL TRANSAKSI	TOTAL SALES
1	2020	Desember	4.300 an	Rp. 640 juta an
2	2021	Januari	4.100 an	Rp. 620 juta an
3	2021	Februari	4.350 an	Rp. 670 juta an
4	2021	Maret	4.370 an	Rp. 700 juta an
5	2021	April	4.350 an	Rp. 720 juta an
6	2021	Mei	4.350 an	Rp. 730 juta an
7	2021	Juni	4.550 an	Rp. 750 juta an
8	2021	Juli	4.800 an	Rp. 800 juta an
9	2021	Agustus	5.260 an	Rp. 800 juta an
10	2021	September	5.300 an	Rp. 900 juta an
11	2021	Oktober	5.270 an	Rp. 850 juta an
12	2021	November	5.430 an	Rp. 930 juta an

*Sumber : Pizza Hut Cempaka Putih, Jakarta Pusat, 2021*

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa setiap bulan terjadi kenaikan dan penurunan dalam pencapaian sales di restoran PizzaHut Cempaka Putih. Dalam hal ini peneliti akan melakukan penelitian di PizzaHut Cempaka Putih, Jakarta Pusat.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti mengambil judul penelitian tentang adanya "Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Pizza Hut".

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PizzaHut di Cempaka Putih, Jakarta Pusat
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PizzaHut di Cempaka Putih, Jakarta Pusat?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PizzaHut di Cempaka Putih, Jakarta Pusat?
4. Apakah kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PizzaHut di Cempaka Putih, Jakarta Pusat?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen PizzaHut di Cempaka Putih, Jakarta Pusat.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen PizzaHut di Cempaka Putih, Jakarta Pusat.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PizzaHut di Cempaka Putih, Jakarta Pusat.
4. Untuk mengetahui kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PizzaHut di Cempaka Putih, Jakarta Pusat.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Dari penelitian ini dapat memberi manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan (PizzaHut)

Diharapkan memberikan informasi atau bahan masukan kepada pihak manajemen akan pentingnya kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan dalam membuat keputusan untuk meningkatkan kepuasan konsumen yang ada pada PizzaHut.

manajemen akan pentingnya kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan dalam membuat keputusan untuk meningkatkan kepuasan konsumen yang ada pada PizzaHut.

## 2. Bagi Peneliti

Manfaat penelitian ini bagi peneliti yaitu dapat memberikan pengalaman dalam mengelola perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen serta menjadi informasi dan pembelajaran mengenai strategi-strategi yang harus di ambil dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

## 3. Bagi Ilmu Pengetahuan

Manfaat penelitian ini bagi ilmu pengetahuan diharapkan dapat mengembangkan ilmu pemasaran khususnya mengenai kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan. Selain itu juga bertujuan untuk dapat memberikan pengetahuan dan wawasan bagi peneliti selanjutnya untuk dapat mengembangkan penelitian mengenai kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan.