

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan-perusahaan saat ini sedang menghadapi persaingan yang sangat ketat. Untuk dapat memenangkan persaingan perusahaan harus berorientasi ke pemasaran, bukan hanya terfokus pada produk saja. Perusahaan yang berorientasi ke pemasaran akan berusaha melakukan identifikasi kebutuhan dan keinginan pasar dengan mempertimbangkan aspek orang sebagai obyek pemasaran yang perlu diperhatikan keinginannya. Hanya perusahaan yang berfokus kepada pelanggan yang berhasil menarik pelanggan dan bukan hanya berhasil memperkenalkan produk. Sehingga perusahaan akan mempertimbangkan kepuasan konsumen sebagai tujuan yang harus dicapai.

Perkembangan kota Surabaya sebagai salah satu pusat perdagangan dan bisnis menimbulkan banyak perubahan. Perubahan yang paling jelas terlihat adalah timbulnya persaingan bisnis yang semakin tajam. Hal ini ditandai dengan berdirinya usaha-usaha baru yang bergerak dibidang penyediaan pangan. Selain timbulnya persaingan bisnis yang tinggi, pola pikir dan perilaku masyarakat juga mengalami kemajuan. Perkembangan pola pikir tersebut, misalnya masyarakat lebih tertarik untuk menginvestasikan uang mereka dengan mendirikan usaha seperti restoran agar dapat menghasilkan keuntungan bagi mereka.



Sumber : <https://www.glassdoor.com/Reviews/Pizza-Hut-Reviews-E10090.htm#trends-overallRating>

Gambar 1.1
RATING PENJUALAN PIZZA HUT DELIVERY

Dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen yang pernah membeli Pizza Hut Delivery dan menikmati jasa tersebut memberikan ulasan yang luar biasa kepada Pizza Hut Delivery dan ulasan tersebut menjadi suara terbanyak, artinya bila para konsumen memberikan peringkat yang luar biasa dan menjadi suara terbanyak berarti wisatawan puas dengan produk Pizza hut delivery, dan Pizza hut delivery dipilih karena saya ingin meneliti kepuasan pelanggan pada rating tersebut benar-benar dirasakan oleh konsumen.

Kepuasan pelanggan adalah sebagai perasaan suka/tidak suka seseorang terhadap suatu produk setelah ia membandingkan prestasi produk tersebut dengan harapannya. Pizza Hut Delivery yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan, berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan Pizza Hut Delivery yang diberikan oleh karyawan memuaskan, dan menyarankan teman atau kerabat untuk membeli Pizza Hut Delivery karena pelayanan yang memuaskan. Bisnis fastfood adalah salah satu bisnis yang paling kompetitif dan berkembang pesat. Restoran fastfood yang ada di Indonesia sekarang ini antara lain Pizza Hut

Delivery. Dengan adanya berbagai restoran fastfood, maka berdampak pula pada ketatnya persaingan untuk mendapatkan pelanggan agar perusahaan mampu mendapatkan keuntungan, terus tumbuh dan tetap survive. Membangun kepuasan pelanggan tidak dapat begitu saja diraih, tetapi memerlukan proses panjang, salah satunya melalui kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan guna meyakinkan pelanggan bahwa Pizza Hut Delivery merupakan restoran fastfood terbaik. Pizza Hut Delivery adalah restoran berantai dan waralaba makanan internasional yang mengkhususkan dalam pizza. Perusahaan ini didirikan pada 1958 oleh dua mahasiswa, Dan dan Frank Carney di Wichita, Kansas. Pizza Hut dibeli oleh Pepsico, inc pada 1977. Pizza Hut Delivery sekarang ini merupakan restoran pizza berantai terbesar di dunia, dengan hampir 12.000 restoran (sumber: [pizza_hut.htm](#)). Sebagai salah satu restoran fastfood terbesar, Pizza Hut Delivery tidak menghendaki para pelanggannya beralih ke kompetitor. Oleh sebab itu, tuntutan untuk selalu menjadi yang terbaik harus menjadi komitmen Pizza Hut Delivery agar pelanggan tetap puas sehingga menimbulkan keinginan para pelanggan untuk kembali melakukan pembelian di Pizza Hut Delivery.

Kualitas Manajemen (QM) meningkatkan tidak hanya tingkat kesesuaian tetapi juga memiliki dampak positif. Menurut Gye-Soo Kim (2016) Kualitas manajemen terdiri dari tiga faktor. Ketiga faktor ini adalah kepemimpinan berkualitas, manajemen proses, dan fokus pelanggan. Penerapan kualitas manajemen yang sukses membutuhkan efektif perubahan dalam budaya organisasi, dan hampir tidak mungkin untuk mengubah organisasi tanpa upaya terkonsentrasi oleh manajemen yang ditujukan untuk peningkatan berkelanjutan,

komunikasi terbuka, dan kerja sama di seluruh nilai rantai, Gye-Soo Kim (2016). Kualitas manajemen merepresentasikan bagaimana kerja dalam suatu organisasi tercapai dan mengarah ke hasil bisnis.

Peningkatan berkelanjutan mengacu pada penambahan keduanya dan "terobosan" perbaikan. Peningkatan dan pembelajaran perlu ditanamkan dalam cara organisasi beroperasi. Hasil dari peningkatan berkelanjutan adalah efek pada peningkatan nilai kepada pelanggan melalui produk dan layanan baru dan lebih baik. Peningkatan kualitas akan menghasilkan lebih banyak pelanggan yang puas dengan loyalitas yang lebih besardan peningkatan penjualan, Gye-Soo Kim (2016). Menurut Gye-Soo Kim (2016), indikator variabel peningkatan berkelanjutan yaitu Pizza Hut Delivery melakukan proses yang sangat tanggap kepada pelanggan, kualitas produk yang diberikan oleh Pizza Hut Delivery sangat sesuai dengan keinginan konsumen, Pizza Hut Delivery melakukan pengiriman melalui aplikasi tertentu, dan Pizza Hut Delivery memiliki rangkaian kegiatan yang sudah ditentukan.

Menurut Bader M.A (2017) mengidentifikasi empat dimensi restoran kualitas: kualitas makanan, kualitas layanan, lingkungan fisik dan keadilan harga. Mengembangkan studi untuk mengukur kepuasan pelanggan menggunakan dimensi berikut: menu, harga, waktu tunggu, layanan staf, kualitas kebersihan dan internal dan lingkungan luar. Menurut Bader M.A (2017) menyelidiki faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di restoran di Pakistan. Model penelitian mereka terdiri dari tiga variabel independen (kualitas, harga dan lingkungan) dan satu variabel dependen (kepuasan pelanggan). Dalam jurnal

Bader M.A (2016), menyelidiki pengaruh lima dimensi (nilai yang dirasakan, harga emosional, harga moneter, harga perilaku dan reputasi) pada kepuasan pelanggan. Menurut Bader M.A (2016), indikator variabel harga yaitu Pizza Hut Delivery memberikan harga yang sesuai dengan keinginan pelanggan, perusahaan Pizza Hut Delivery memberikan harga yang terjangkau untuk menarik pelanggan, dan Pizza Hut Delivery memberikan inovasi sesuai dengan keinginan konsumen dan harganya akan sesuai dengan kualitas produk yang diinginkan konsumen.

Pengiriman selalu menjadi pelayanan pertama yang ditawarkan setelah penjualan. Pengiriman produk dicirikan oleh dua dimensi yaitu kecepatan dan kehandalan serta memastikan bahwa produk yang tepat pada waktu yang tepat dalam jumlah yang tepat dari sumber yang tepat disampaikan kepada orang yang tepat pada harga yang tepat. Keandalan mengacu pada kinerja layanan purna jual dalam memberikan benar produk barang atau jasa ke tempat yang tepat, pada waktu yang tepat, dalam kondisi yang benar dan kemasan, dalam jumlah yang benar, dengan dokumentasi yang benar, kepada pelanggan yang benar. Menurut Dewi Victoria (2014) yaitu Pizza Hut Delivery dapat mengirimkan barang ke tempat yang tepat, Pizza Hut Delivery dapat mengirimkan barang pada waktu yang tepat, Pizza Hut Delivery dapat mengirimkan barang dalam kondisi yang benar dan sesuai dengan kemasan, dan Pizza Hut Delivery di Surabaya dapat mengirimkan barang dengan dokumentasi yang benar kepada pelanggan yang benar.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas manajemen, peningkatan berkelanjutan, harga, dan pengiriman terhadap kepuasan

pelanggan pada Pizza Hut Delivery Surabaya. Hal ini dikarenakan Pizza Hut Delivery memiliki kompetitor yang lokasinya cukup berdekatan yaitu Paparons. Permasalahan yang akan dihadapi oleh pelanggan adalah bagaimana memilih restoran fast food dengan menu utama Pizza yang sesuai dengan harapan mengingat bahwa pelanggan sekarang ini merupakan pelanggan yang kritis dan tergolong smart customer yang membutuhkan banyak pertimbangan sebelum melakukan pembelian terhadap suatu produk. Dari fenomena di atas, penulis akan meneliti tentang “Analisis Pengaruh Kualitas Manajemen, Peningkatan Berkelanjutan, Harga, dan Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pizza Hut Delivery di Surabaya”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka perumusan masalah penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Apakah kualitas manajemen berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan pada Pizza Hut Delivery di Surabaya?
 2. Apakah peningkatan berkelanjutan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan pada Pizza Hut Delivery di Surabaya?
 3. Apakah harga berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan pada Pizza Hut Delivery di Surabaya?
 4. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan pada Pizza Hut Delivery di Surabaya?
-

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Menguji signifikansi pengaruh kualitas manajemen terhadap kepuasan pelanggan pada Pizza Hut Delivery di Surabaya.
2. Menguji signifikansi pengaruh peningkatan berkelanjutan terhadap kepuasan pelanggan pada Pizza Hut Delivery di Surabaya.
3. Menguji signifikansi pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Pizza Hut Delivery di Surabaya.
4. Menguji signifikansi pengaruh pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada Pizza Hut Delivery di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat-manfaat yang di dapat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis untuk dapat memberikan sumbangan dalam aspek praktis, yaitu memberikan sumbangan pemikiran bagi Pizza Hut Delivery di Surabaya dalam mengembangkan kualitas manajemen, peningkatan berkelanjutan, harga, dan pengiriman dalam upaya untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan masukan dan informasi kepada perusahaan *fast food* khususnya kepada Pizza Hut Delivery di Surabaya yang

sudah diteliti mengenai pengiriman terutama terkait dengan variable-variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam menggunakan Pizza Hut Delivery di Surabaya.

3. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi STIE Perbanas Surabaya sebagai bahan masukan untuk memperbaiki praktik-praktik pembelajaran agar dosen menjadi lebih kreatif, efektif dan efisien sehingga kualitas pembelajaran dan hasil belajar mahasiswa meningkat.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam garis besar penulisan skripsi adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi kajian pustaka dan uraian umum tentang teori-teori yang digunakan serta literatur yang berkaitan dengan penelitian, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini meliputi rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data serta teknik analisis data.

BAB IV :GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bagian ini berisi tentang gambaran subyek penelitian, analisis data, dan pembahasan

BAB V :PENUTUP