BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Persaingan dalam bisnis makanan dapat dikatakan sangatlah ketat, persaingan yang semakin ketat terjadi karena perkembangan teknologi yang ada. Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya restoran yang menawarkan berbagai jenis makanan, baik lokal maupun internasional. Salah satu jenis makanan yang mengalami persaingan yang sangat ketat adalah persaingan bisnis makanan cepat saji seperti : pizza, burger, dan ayam goreng. Makanan cepat saji dapat ditemukan dengan mudah di berbagai daerah, terutama di kota-kota besar. Terdapat berbagai jenis makanan cepat saji, seperti McDonald, KFC, A&W, Domino's Pizza, Pizza Hut, dan sebagainya.

Hal yang menjadi salah satu tanda perkembangan pada makanan cepat saji adalah terciptanya pelayanan antar makanan dan telah terdapat aplikasi tersendiri pada bisnis makanan masing-masing. Makanan cepat saji menjadi pilihan bagi masyarakat, terutama bagi masyarakat yang menginginkan makanannya disajikan dengan cepat. Salah satu restoran cepat saji, yang mengikuti kemajuan teknologi ialah Pizza Hut.

Pizza Hut menjadi salah satu bisnis makanan cepat saji yang menyajikan pizza dan telah beroperasi sejak tahun 1984 di Indonesia dan terkenal di kota-kota besar, salah satunya ialah kota Medan. Salah satu restoran Pizza Hut yang berada di Kota Medan ialah berada di Komplek MMTC, jalan Pancing, Kota Medan, yang dimana terdapat di dekat-dekat tengah kota. Namun, terdapat beberapa pesaing Pizza Hut, seperti Domino's Pizza, D'Pizza, dan sebagainya. Persaingan yang ada, mengharuskan Pizza Hut untuk meningkatkan berbagai hal, yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Semakin diterimanya restoran cepat saji pada kalangan masyarakat, maka persaingan cepat saji terhadap kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga maka akan semakin menonjol di masa mendatang (Mahanani & Alam, 2022).

Loyalitas pelanggan adalah kesetiaan pelanggan dalam membeli produk atau jasa tambahan dari perusahaan yang sama, kesediaan untuk merekomendasikan perusahaan tersebut kepada orang lain, hingga menunjukkan kesetiaan terhadap perusahaan (Srisusilawati et al., 2023). Loyalitas pelanggan sangat penting terhadap

perusahaan, terhadap kelangsungan usahanya. Menurut (Sarboini et al., 2022), loyalitas pelanggan merupakan aset berharga bagi perusahaan, karena loyalitas pelanggan menjadi elemen yang memilih produk perusahaan untuk dikonsumsi, maka pelanggan harus dipelihara, diperhatikan dan dilayani agar merasa puas terhadap produk dan jasa yang ditawarkan.

Tabel 1.1 Hasil Pra-survey pada Variabel Loyalitas Pelanggan

Pernyataan	S	TS
Saya selalu memilih Pizza Hut MMTC Medan, setiap kali ingin membeli Pizza.	36,7%	63,3%
Saya tetap memilih Pizza Hut MMTC Medan, walaupun terdapat isu negatif pada Pizza Hut MMTC Medan.	36,7%	63,3%
Saya akan merekomendasikan Pizza Hut MMTC Medan kepada orang lain, jika ada yang bertanya tentang pilihan tempat makan.	43,3%	56,7%

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan hasil pada tabel 1.1, berupa pra-survey yang dilakukan terhadap 30 responden pada bagian loyalitas pelanggan menghasilkan bahwa, sebanyak 63,3% responden menjawab tidak setuju, dengan pernyataan bahwa mereka tidak memilih Pizza Hut MMTC Medan, setiap kali ingin membeli Pizza, sisanya menyatakan setuju. Sebanyak 63,3% responden menjawab tidak setuju, dengan pernyataan bahwa mereka akan memilih Pizza Hut MMTC Medan, jika terdapat isu negatif pada Pizza Hut MMTC Medan, dengan sisanya menyatakan setuju. Sebanyak 56,7% responden menjawab tidak setuju, dengan pernyataan bahwa mereka akan merekomendasikan Pizza Hut MMTC Medan kepada orang lain, dengan sisanya menyatakan setuju.

Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan, bersamaan dengan kualitas produk dan harga yang ditawarkan kepada pelanggan. Kualitas pelayanan adalah segala bentuk pelayanan yang dilakukan oleh seseorang atau penyelenggara jasa secara maksimal dengan segala keunggulan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan (Richadinata et al., 2024). Kualitas pelayanan yang baik, akan memberikan pengalaman yang baik bagi para pelanggan dan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan pada suatu produk. Sehingga, Pizza Hut harus memberikan kualitas pelayanan yang baik bagi para pelanggannya.

Tabel 1.2 Hasil Pra-sruvey pada Variabel Kualitas Pelayanan

Pernyataan	S	TS
Pegawai Pizza Hut MMTC Medan memberikan informasi yang jelas ketika saya bertanya mengenai menu.	43,3%	56,7%
Pegawai Pizza Hut MMTC Medan sangat cepat tanggap ketika saya memerlukan bantuan.	43,3%	56,7%
Pegawai Pizza Hut MMTC Medan selalu memperlakukan pelanggan dengan ramah dan perhatian, sehingga membuat saya merasa nyaman saat berkunjung	46,7%	53,3%

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan respon yang diberikan oleh 30 responden pada variabel kualitas pelayanan menghasilkan bahwa, sebanyak 56,7% responden menjawab tidak setuju dengan pernyataan bahwa pegawai Pizza Hut MMTC Medan memberikan informasi yang jelas ketika ditanya mengenai menu, sisanya menyatakan setuju. Sebanyak 56,7% responden menjawab tidak setuju dengan pernyataan bahwa pegawai Pizza Hut MMTC Medan cepat tanggap dalam memberikan bantuan, sisanya menyatakan setuju. Sebanyak 53,3% responden menjawab tidak setuju dengan pernyataan bahwa pegawai Pizza Hut MMTC Medan selalu memperlakukan pelanggan dengan ramah dan perhatian, sehingga membuat saya merasa nyaman saat berkunjung. Menurut penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Meiliani Yonathan & Janamarta, 2023), sedangkan penelitian lainnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Rahman & Rayuwanto, 2020).

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya (Daga, 2017). Suatu produk harus tetap dijaga kualitas nya, karena akan mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap suatu merek. Kualitas produk yang baik sangatlah penting bagi setiap orang dan menjadi faktor yang mempengaruhi kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk. Pizza Hut MMTC Medan haruslah mampu memberikan kualitas produk yang baik, agar dapat mempertahankan pelanggannya.

Tabel 1.3 Hasil Pra-survey pada Variabel Kualitas Produk

Pernyataan	S	TS
Produk yang disajikan oleh Pizza Hut MMTC Medan selalu konsisten dalam rasa dan kualitasnya.	43,3%	56,7%
Saya merasa bahwa kualitas makanan yang disajikan di Pizza Hut MMTC Medan tetap terjaga dalam waktu yang lama.	40%	60%
Tampilan produk di Pizza Hut MMTC Medan selalu rapi dan sesuai dengan standar yang saya harapkan.	50%	50%

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan respon yang telah diberikan oleh 30 responden pada pra-survey variabel kualitas produk, menghasilkan bahwa sebanyak 56,7% responden menjawab tidak setuju bahwa Pizza Hut MMTC Medan selalu konsisten dalam rasa dan kualitasnya saat menyajikan makanan, sisanya menjawab setuju. Sebanyak 60% responden tidak setuju dengan pernyataan mereka merasa bahwa makanan yang disajikan oleh Pizza Hut MMTC Medan tetap terjaga dalam waktu yang lama, sisanya menjawab setuju. Sebanyak 50% responden menjawab tidak setuju, dengan pernyataan tampilan produk di Pizza Hut MMTC Medan selalu rapi dan sesuai dengan standar yang diharapkan, sisanya menjawab setuju. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (D. I. Sari, 2023), sedangkan pada penelitian lainnya menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (Pramessti & Chasanah, 2021).

Selain kualitas pelayanan dan kualitas produk, faktor penting lainnya dalam meningkatkan loyalitas pelayanan adalah harga. Harga menjadi faktor penting bagi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan, menetapkan harga agar dapat dijangkau oleh konsumen dan juga memikat pelanggan agar lebih unggul dari para pesaingnya (Rahayu & Syafe'i, 2022). Harga merupakan nilai yang dinyatakan dalam rupiah. Menurut (Soesanto; Dr. H., 2024) harga adalah suatu hal yang memiliki nilai pada umumnya berupa uang yang harus dikorbankan untuk mendapatkan suatu produk. Dalam proses jual beli, harga menjadi salah satu bagian terpenting, karena harga digunakan sebagai alat ukur dalam transaksi jual beli.

Tabel 1.4 Hasil Pra-survey pada Variabel Harga

Pernyataan	S	TS
Saya merasa harga yang ditawarkan Pizza Hut MMTC Medan, sesuai dengan anggaran yang saya siapkan untuk makan di restoran tersebut.	40%	60%
Harga yang ditawarkan oleh Pizza Hut MMTC Medan sebanding dengan rasa dan kualitas produk yang saya nikmatin.	40%	60%
Pizza Hut MMTC Medan menawarkan harga yang lebih baik dibandingkan dengan restoran lain yang saya kunjungi.	43,3%	56,7%

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 1.4 yang berupa hasil dari pra-survey pada variabel harga, yang telah dijawab oleh 30 responden menghasilkan, bahwa sebanyak 60% responden menjawab tidak setuju dengan pernyataan mereka merasa harga yang ditawarkan Pizza Hut MMTC Medan sesuai dengan anggaran yang telah mereka siapkan untuk makan di restoran tersebut, sisanya menjawab setuju. Sebanyak 60% responden tidak setuju jika harga yang ditawarkan oleh Pizza Hut MMTC Medan sebanding dengan rasa dan kualitas produk yang mereka nikmati, sisanya menjawab setuju. Sebanyak 56,7% responden menjawab tidak setuju dengan pernyataan bahwa Pizza Hut MMTC Medan menawarkan harga yang lebih baik dibandingkan dengan restoran lain yang mereka kunjungi, sisanya menjawab setuju. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (Rahayu & Syafe'i, 2022), sedangkan pada penelitian lainnya menunjukkan bahwa harga berpengaruh negatif terhadap kualitas pelayanan (Sholikhah & Hadita, 2023).

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pizza Hut MMTC Medan”**.

1.2. Rumusan Masalah

Uraian yang dilakukan pada latar belakang, didapatkan bahwa rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada restoran Pizza Hut?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada restoran Pizza Hut?

3. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada restoran Pizza Hut?
4. Apakah kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada restoran Pizza Hut?

1.3. Ruang Lingkup

Penelitian ini memerlukan ruang lingkup yang berguna agar adanya pembatasan pembahasan dari penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pizza Hut MMTC Medan”, berikut ruang lingkup pada penelitian ini :

1. Variabel Bebas (X)
 - X1 : Kualitas Pelayanan
 - X2 : Kualitas Produk
 - X3 : Harga
2. Variabel Terikat (Y) : Loyalitas Pelanggan
3. Objek Penelitian : Pelanggan Pizza Hut MMTC Medan
4. Periode Penelitian : 2024-2025

1.4. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka berikut beberapa tujuan penelitian ini :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Pizza Hut MMTC Medan.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Pizza Hut MMTC Medan.
3. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada Pizza Hut MMTC Medan.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada Pizza Hut MMTC Medan.

1.5. Manfaat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis:
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi para akademisi, khususnya bagi akademis yang melakukan penelitian dengan topik yang sama,

yang dimana dapat dijadikan sebagai referensi dalam melakukan penelitian yang ada.

2. **Manfaat Praktis:**

Manfaat dari penelitian diharapkan agar Pizza Hut MMTC Medan dapat menjadikan penelitian ini sebagai pertimbangan dalam menjalankan strategi pemasaran yang ada. Adapun penelitian ini diharapkan agar para pelaku bisnis dalam bidang yang sama dapat menggunakan penelitian ini untuk menambah wawasan dalam strategi pemasaran yang akan diterapkan nantinya.

1.6. Originalitas Penelitian

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh (Sarboini et al., 2022) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan KFC di Kota Banda Aceh”.

Berikut merupakan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini :

1. Terdapat penambahan variabel independen pada penelitian ini, yang dimana penelitian sebelumnya menggunakan variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk, sedangkan penelitian ini menambahkan variabel independen yaitu harga.
2. Penelitian sebelumnya dilakukan pada KFC di Kota Banda Aceh, sedangkan penelitian ini dilakukan pada Pizza Hut MMTC Medan.
3. Perbedaan waktu juga terdapat pada penelitian ini dan penelitian sebelumnya. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2024-2025, sedangkan penelitian sebelumnya dilakukan pada tahun 2022.