BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kebutuhan manusia akan pangan adalah salah satu kebutuhan utama manusia, teori ini dikemukakan oleh Abraham Maslow dimana pangan menjadi kebutuhan yang paling mendasar untuk mempertahankan hidup. Pengusaha dapat melihat hal ini sebagai prospek dalam berbisnis. Jumlah populasi manusia yang terus bertambah membuat tingkat kebutuhan akan pangan ikut bertambah. Bisnis pangan khususnya di bidang restoran saat ini semakin berkembang dan menjadi prospek usaha yang maju pesat.

Salah satu tempat manusia dapat memperoleh makanan adalah restoran. Seiring dengan berubahnya gaya hidup masyarakat perkotaan yang semakin dinamis, sebuah restoran dituntut untuk menyediakan makan dan kenyamanan suasana restoran itu sendiri. Di tengah ketatnya persaingan saat ini, para pengusaha berlomba-lomba mengembangkan kualitas layanan karena tidak sedikit barang dan jasa yang di tawarkan sama, serupa ataupun hanya berbeda sedikit. Kualitas layanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Upaya mempertahankan pelanggan yang loyal menjadi tantangan bagi pihak pengusaha karena ada banyaknya restoran yang beraneka macam menjadikan konsumen semakin kritis dalam memilih

makanan yang sesuai dengan harapannya. Ini bukan hal yang mudah, mengingat banyaknya perubahan yang dapat terjadi setiap saat pada diri pelanggan. Maka dari itu, perusahaan harus mampu melakukan inovasi dan menggunakan strategi-strategi yang tepat.

Pada dasarnya, produk dan jasa pelayanan restoran sudah mulai dinikmati oleh pelanggan saat datang dan masuk ke restoran, mulai dari sambutan yang ramah, sopan dan hingga pelanggan makan dan minum di restoran. Beberapa restoran juga berupaya memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas melalui beberapa cara seperti mendesain menu yang menarik, menciptakan atmosfer yang membuat nyaman, menjaga kebersihan, penyajian makanan yang baik, penetapan harga yang sesuai, dan juga menciptakan kesan ramah melalui pelayanan karyawan. Kualitas pelayanan di bidang jasa restoran merupakan salah satu pemikiran yang sering digunakan oleh pelanggan untuk menilai kualitas restoran selain dari sisi rasa dan kualitas makanan. Upaya – upaya ini dilakukan agar pelanggan mendapatkan gambaran tentang penciptaan nilai dari perusahaan dibandingkan dengan pesaing, dengan harapan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memiliki ikatan emosional yang tinggi terhadap perusahaan, sehingga perusahaan dapat membangun loyalitas sejati pada diri pelanggan.

Kualitas selalu berfokus pada pelanggan, dan layanan dapat dikatakan berkualitas apabila sesuai dengan keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Definisi loyalitas menurut Tjiptono (2000) adalah situasi dimana konsumen bersikap positif terhadap produk/ produsen (penyedia jasa) diikuti pola pembelian ulang yang konsisten. Para pengusaha restoran berusaha merancang strategi pemasaran yang tepat untuk

menciptakan loyalitas pelanggan. Upaya dalam mempertahankan pelanggan yang loyal menjadi tantangan pihak pengusaha karena pelanggan kini sudah semakin pintar dalam memilih dan menuntut penawaran – penawaran yang lebih berkualitas dari perusahaan, sehingga perusahaan harus mampu melakukan inovasi dan strategi yang baik. Kualitas pelayanan dan kinerja yang baik sangat menunjang kepuasan pelanggan yang cenderung mempengaruhi perilaku pelanggan khususnya loyalitas pelanggan yang terwujud dalam keinginan melakukan pembelian ulang dan niat untuk merekomendasikan.

Loyalitas pelanggan menjadi kunci sukses bagi perusahaan tidak hanya dalam jangka pendek melainkan menjadi keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Pelanggan yang loyal tidak akan mudah terpengaruh atau berpindah ke perusahaan lain.

Restoran cepat saji (*fast food*) kini banyak diminati pelanggan salah satunya Pizza Hut yang berada di Istana Plaza. lokasinya yang strategis dan mudah dijangkau karena dekat dengan bandara Husein Sastranegara membuat Pizza Hut yang berada di Istana Plaza banyak dikunjungi konsumen (Bandungview.blogspot). Pizza Hut hadir di Indonesia untuk pertama kalinya pada tahun 1984, dan merupakan restoran pizza pertama di Indonesia (Wikipedia). Pizza Hut selalu berusaha melakukan inovasi dan pelayanan jasa yang berkualitas serta pendekatan terhadap pelanggan agar merasa puas dan loyal. Hal ini terbukti dengan cukup banyak pelanggan yang merasa puas dan datang ke restoran ini lebih dari dua kali (Openrice.com). Pizza Hut juga menyediakan layanan kreasi balon yang dibentuk dan dibagikan kepada

konsumen, terutama anak-anak, kreasi balon ini dapat dibuat sesuai dengan keinginan konsumen.

Unsur – unsur yang membentuk pelayanan berkualitas merupakan perpaduan dari kualitas manusia yang dicerminkan melalui perilaku atau sikap pribadi dalam berinteraksi dengan para tamu dan keterampilan atau keahlian yang merupakan penguasaan unsur-unsur teknik dan prosedur yang berkaitan dengan tugas pekerjaannya.

Berdasarkan uraian di atas, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian sebagai bahan penulisan skripsi yang diberi judul: **“Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Pizza Hut Istana Plaza Bandung.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas layanan mempengaruhi loyalitas pelanggan di Pizza Hut Istana Plaza Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka tujuan masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di Pizza Hut Istana Plaza Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian diharapkan berguna bagi berbagai pihak, baik penulis, perusahaan maupun pihak yang berkepentingan dengan objek penelitian.

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dan sebagai pelatihan dalam menerapkan serta mengaplikasikan ilmu akademis di dunia kerja.

2. Bagi Lembaga Pendidikan

Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan melengkapi bahan bacaan atau literature di perpustakaan milik Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung, serta dapat menjadi inspirasi bagi peneliti berikutnya.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak Pizza Hut Istana Plaza Bandung agar dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam memperbaiki masalah yang berkaitan dengan kualitas layanan dalam meningkatkan loyalitas langganan.

4. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi, menambahkan informasi, sumbangan pemikiran dan menambah pengetahuan pembaca mengenai kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.