

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran menjadi ujung tombak suatu perusahaan dalam menghadapi persaingan. Pemasaran merupakan proses menciptakan, membangun dan mengkomunikasikan suatu nilai yang menguntungkan kepada pelanggan untuk mencapai suatu tujuan. Persaingan didunia usaha saat ini sangat ketat untuk merebutkan konsumen. Memperbanyak konsumen serta mempertahankan kualitas produk dengan menciptakan keunggulan-unggulan tersebut secara langsung dengan meningkatkan permintaan serta penjualan sehingga perusahaan akan memiliki lebih banyak konsumen. Dengan adanya pesaingan ini mendorong setiap pelaku usaha untuk menciptakan keunggulan suatu usaha yang mampu bersaing dan bertahan adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk berkualitas sehingga perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan atas kualitas produk agar menciptakan dan mempertahankan konsumen.

Pizza Hut adalah salah satu restoran terkenal didunia yang berdiri sejak tahun 1984. Pizza Hut menjadi salah satu restoran cepat saji yang memiliki gerai terbanyak di dunia. Pizza Hut memiliki perkembangan yang sangat cepat di Indonesia seiring berjalanya waktu. Pizza Hut merupakan pelopor dari hadirnya restoran cepat saji dengan hidangan berupa Pizza. Pizza Hut dapat dikenal oleh masyarakat luas baik dari segi pelayanan maupun kualitas produk. Pizza Hut merupakan salah satu restoran cepat saji yang menyediakan beberapa layanan seperti layanan *dine-in*, *take away*, *delivery*, dan juga dapat dipesan melalui

berbagai aplikasi seperti gojek, grab, dan shopee food untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pizza Hut Cempaka Putih merupakan salah satu restoran yang berkembang di Jakarta, terdapat juga persaingan antar restoran cepat saji di Cempaka Putih sangat kompetitif seperti KFC, Domino Pizza, Bebek Kaley, dan lainnya.



Gambar 1.1 10 restoran Cepat saji dengan Gerai Terbanyak di Dunia 2022

Sumber: Katadata.co.id

| BEST BRANDS 2021: DINING & QRS | | |
|--------------------------------|--------------------------|------------|
| Rank | Brand Name | 2021 Score |
| 1 | KFC | 37,3 |
| 2 | McDonald's | 30,6 |
| 3 | Pizza Hut | 28,6 |
| 4 | J.CO | 17,5 |
| 5 | Burger King | 16,8 |
| 6 | Starbucks | 16,4 |
| 7 | Hokben (Hoka-Hoka Bento) | 16,0 |
| 8 | Richeese Factory | 13,4 |
| 9 | Chatime | 13,2 |
| 10 | Breadtalk | 12,9 |

Tabel 1.1 Best Brand 2021

Sumber : YouGov.id

Pada awal tahun 2021, Pizza Hut merencanakan ekspansi 50 gerai yang baru. Hingga bulan Juni 2021, ada 22 gerai baru Pizza Hut yang resmi dibuka

diberbagai daerah. Pizza Hut melanjutkan ekspansi ke wilayah diluar Jawa-Bali seperti di Makassar, Sampit (Kalimantan Tengah), Bontang (Kalimantan Timur), dan Payakumbuh Sumatra Barat), (Sumber: industry.kontan.co.id, 2021). Pada tahun 2022, Pizza Hut memperluas pasar terus-menerus dengan melakukan penyebaran gerai-gerai keseluruh dunia. Dengan tersebarnya restoran Pizza Hut yang luas dan mudah dapat menjangkau konsumen. Berdasarkan data dari databox Pizza Hut menempati urutan ke 5 (lima) dari 10 restoran cepat saji dengan gerai terbanyak didunia dengan kurang lebih mencapai 20.000 gerai (sumber: databox.katatadata.co.id, 2022). Adapun gerai Pizza Hut di Indonesia sebanyak 562 gerai yang tersebar di Indonesia per-April 2022. Sebanyak 317 Gerai Pizza Hut jenis restoran, 225 gerai Pizza hut Delivery (PHD), dan 20 unit gerai jenis *kitchen* dan *expres*. (Sumber: akurat.co). Dikutip laman *Top Brand Award.com*, menunjukkan Top Brand Index Fase 2 2021 Pizza Hut berada di peringkat pertama dengan Presentase sebesar 55 persen. Persentase restoran Pizza tersebut setiap tahun selalu meningkat sehingga masih banyak masyarakat yang mengkonsumsi pizza. Meningkatnya persentase dan bertambahnya gerai-gerai yang baru dibuka menimbulkan banyaknya perusahaan baru yang muncul dengan menghasilkan produk yang sama untuk bersaing. Pizza Hut harus lebih mengetahui apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen, selain itu Pizza Hut dapat menciptakan harga yang terjangkau dengan mempromosikan produk yang baru, memiliki lokasi yang mudah dijangkau serta produk yang berkualitas, sehingga timbulnya kepuasan pada konsumen meningkat.

Harga mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam suatu produk yang akan diterima oleh konsumen. Menurut Fanly W Manus (2015) menjelaskan bahwa harga menjadi salah satu peran penting dalam proses terhadap pengambilan keputusan pada peran alokasi. Dari harga dapat membantu para pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa dengan manfaat terbaik berdasarkan kekuatan dan daya belinya. Berdasarkan penelitian terdahulu dari Iskandar (2020) dan Sintya (2018) menyatakan bahwa Harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan oleh sebuah usaha berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Promosi dapat dilakukan dalam berbagai kegiatan yang dilakukan oleh Pizza Hut untuk menjalin komunikasi dan membujuk konsumen untuk membeli produk tersebut. Kotler (2014) promosi menjadi salah satu aktivitas yang mengkomunikasikan suatu keunggulan produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk tersebut. Menurut Tjiptono, (2014) promosi penting untuk menyebar luaskan informasi yang mempengaruhi atau agar mengingatkan suatu perusahaan dan produk sasaran sehingga mau menerima, membeli, dan, loyal pada perusahaan tersebut. berdasarkan penelitian terdahulu dari Andira (2018) dan Yuliyanto (2020), menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa promosi yang dilakukan dengan baik akan mendapat respon yang baik akan menarik pelanggan yang baru dan mendapatkan respon yang baik dari pelanggan.

Memilih lokasi yang dekat dengan konsumen akan lebih memudahkan dalam menjangkau jika tempatnya berada di pusat kota dan juga mudah dapat dilalui transportasi umum sehingga konsumen yang tidak dimiliki kendaraan pribadi dapat menggunakan transportasi umum dengan demikian akan muncul kepuasan pelanggan akan muncul dengan sendirinya. Dalam penelitian terdahulu dari Setiawan (2019) dan Haryoko (2019) menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal yang dilakukan oleh setiap perusahaan dalam menjalankan bisnis salah satunya adalah memilih lokasi yang nyaman dan mudah ditemukan oleh pelanggan.

Cempaka Putih menjadi salah satu tempat berbagai macam restoran siap saji di daerah Jakarta. Cempaka Putih juga menjadi salah satu tempat strategis dibidang kuliner sehingga banyak yang membuka usaha di Cempaka Putih. Pizza Hut Cempaka Putih salah satu restoran yang banyak dikunjungi oleh konsumennya seperti para pegawai kantoran saat jam makan siang, dikarenakan memiliki lokasi restoran berdekatan dengan beberapa perkantoran dan padat penduduk. Sedangkan untuk sore sampai malam hari lebih banyak eksekutif muda dan keluarga yang mengunjungi Pizza Hut dan dihari libur atau *weekend* banyak dikunjungi oleh keluarga. Pizza Hut selalu memberikan perubahan harga di setiap tahun serta mengeluarkan variasi-variasi terbaru sehingga terjadinya peningkatan penjualan. Berikut data jumlah penjualan Pizza Hut yang beralamat di Jl. Cempaka Putih Raya No. 145, Cempaka Putih, Jakarta Pusat.

| No | TAHUN | BULAN | TOTAL SALES |
|----|-------|-----------|-----------------|
| 1 | 2020 | Desember | Rp. 640.000.000 |
| 2 | 2021 | Januari | Rp. 620.000.000 |
| 3 | 2021 | Februari | Rp. 670.000.000 |
| 4 | 2021 | Maret | Rp. 700.000.000 |
| 5 | 2021 | April | Rp. 720.000.000 |
| 6 | 2021 | Mei | Rp. 730.000.000 |
| 7 | 2021 | Juni | Rp. 750.000.000 |
| 8 | 2021 | Juli | Rp. 800.000.000 |
| 9 | 2021 | Agustus | Rp. 800.000.000 |
| 10 | 2021 | September | Rp. 900.000.000 |
| 11 | 2021 | Oktober | Rp. 850.000.000 |
| 12 | 2021 | November | Rp. 930.000.000 |

Tabel 1.2 Total Sales Penjualan Pizza Hut Cempaka putih

Sumber: Pizza Hut Cempaka Putih

Dapat disimpulkan tabel diatas bahwa Pizza Hut Cempaka Putih setiap bulan terjadi kenaikan dan penurunan dalam sales. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Pizza Hut Cempaka Putih.

Menurut Tjiptono, (2008), Kualitas produk adalah suatu kualitas pada usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan terhadap pelanggan, kualitas mencakup manusia pada produk, jasa, manusia, proses, serta lingkungan kualitas. Kualitas merupakan kondisi yang akan selalu berubah-ubah (misalkan apa yang dianggap kualitas saat ini akan dianggap kurang berkualitas pada masa yang akan mendatang). Kualitas menjadi peran penting untuk memberikan motivasi kepada konsumen atau calon konsumen dalam menggunakan dan melakukan pembelian pada produk. Maka seluruh produk yang ditawarkan akan mendapat tempat yang baik dimata masyarakat selaku konsumen atau calon konsumen dan menjadikan perusahaan yang sukses biasanya selalu mengutamakan kepuasan konsumen selain kualitas produk yang dipertahankan faktor lain yang mempengaruhi kepuasan adalah harga yang diberikan oleh

perusahaan juga berpengaruh besar terhadap tingkat penjualan. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dari Manguyoga (2019) dan Afina (2018) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah ukuran perasaan yang muncul setelah seorang pelanggan produk maupun layanan yang ditawarkan dalam membandingkan dengan ekspektasi yang diharapkan pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi sangat penting untuk mempertahankan posisi perusahaan dipasar. Sangadji dan Sopiha (2018) mengatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berawal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja produk yang *real* atau *actual* dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan.

Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur untuk menilai standar syariah. Kepuasan pelanggan dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan harapan terhadap produk atau jasa. Pizza Hut salah satu perusahaan yang mengeluarkan produk makanan. Dalam Islam kebutuhan makan bukan saja untuk mengenyangkan perut dan menghilangkan lapar semata. Tetapi lebih jauh dari itu, tujuan makan supaya badan sehat, akal berjalan bisa beraktifitas (beribadah). Maka barang yang dimakan juga tidak boleh yang diharamkan dalam islam makan lah sesuai ketentuan islam maka akan menghasilkan rasa kepuasan sehingga melakukan tolong menolong dalam kebaikan yaitu penjual menolong pembeli dan sebaliknya Adapun yang tertuang dalam al-Qur'an surat al-Maidah 5:2 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحِلُّوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا آمِينَ الْبَيْتِ
الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نَقَوْمٍ أَنْ
صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَنْ تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ
وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“Dan janganlah sekali-sekali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalangi-halangi kamu dari masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). Dan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertawakat kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-nya.”

Berdasarkan uraian keseluruhan diatas dengan meneliti segi harga, promosi, lokasi, dan kualitas produk, serta kepuasan pelanggan, penulis akan menyusun penelitian yang berjudul **“Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pizza Hut Serta Tinjauannya Dalam Perspektif Islam”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Pizza Hut?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Pizza Hut?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Pizza Hut?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Pizza Hut?
5. Apakah harga, promosi, lokasi, dan kualitas produk secara bersama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Pizza Hut?
6. Bagaimana perspektif islam terhadap harga, promosi, lokasi, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Pizza Hut?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan diatas, tujuan dan manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Pizza Hut
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan pada Pizza Hut.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Pizza Hut.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Pizza Hut.

5. Untuk mengetahui pengaruh harga, promosi, lokasi, dan kualitas produk secara bersama terhadap kepuasan pelanggan pada Pizza Hut.
6. Untuk mengetahui Harga, Promosi, lokasi, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Pizza Hut dalam perspektif islam.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1) Bagi Penulis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan pengetahuan penulis dan sebagai saran untuk menerapkan ilmu pemasaran dengan mengaplikasikan ke lapangan secara langsung.

2) Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pihak "Pizza Hut". Mengenai pengaruh harga, promosi, lokasi, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Pizza Hut.

3) Bagi Pembaca

Dapat memberikan manfaat sebagai pertimbangan dan masukan kepada peneliti yang ingin melakukan penelitian sejenis dan menambah pengetahuan tentang tinjauan islam dalam bidang manajemen pemasaran.