

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Dalam era reformasi yang saat ini semakin berkembang dengan cepat dan pesat, persaingan bisnis semakin ketat tidak hanya menyediakan peluang tetapi juga sebagai tantangan. Begitu pula tantangan yang dihadapi oleh perusahaan-perusahaan untuk selalu mendapatkan cara terbaik yang berguna untuk merebut dan mempertahankan pangsa pasar perusahaan. Hal ini menyebabkan munculnya suatu peluang dan tantangan bisnis yang baru bagi setiap perusahaan, karena manusia setiap harinya pasti membutuhkan makanan, pada saat tenaga dan pikiran sudah terkuras banyak pastinya banyak orang yang mulai membeli makanan bahkan makan itu menjadi kebutuhan sehari-hari terutama dalam bisnis dibidang kuliner atau makanan, saat ini banyak sekali restoran makanan bermunculan, keberaneka ragam dari restoran mulai hadir dikalangan bisnis perusahaan, sehingga membuat konsumen semakin selektif dalam memilih makanan.

Bisnis makanan industri kuliner di Indonesia merupakan sektor yang strategis bagi perkembangan ekonomi di Indonesia merupakan salah satu bisnis yang menjanjikan. Karena pada dasarnya seseorang makan untuk dapat bertahan hidup sehingga hal tersebut bisa dibilang menjadi alasan mengapa bisnis restoran menjanjikan. Pada umumnya setiap usaha yang bisnis didirikan memiliki tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya. Keuntungan yang menjadi target perusahaan tercermin dari volume penjualan yang dapat digunakan sebagai tolak ukur keberhasilan sebuah usahayang dilakukan oleh pemasar.

Makanan cepat saji (*fastfood*) adalah salah satu bisnis yang paling kompetitif dan berkembang pesat saat ini. Dimana perusahaan sudah tidak mampu lagi memaksa konsumen untuk selalu membeli produk mereka, perusahaan akan kesulitan mengelola pelanggan mereka. Selain itu teknologi informasi yang semakin berkembang, serta bermunculannya banyak merek suatu produk di pasar membuat konsumen semakin kritis dan teliti dalam membeli suatu produk. Kehadiran *fast food* dalam industry kuliner makanan di Indonesia juga bisa mempengaruhi pola makan kaum remaja di kota, Dan Di Citra Raya Tangerang semakin banyak dijumpai berbagai macam restoran makanan baik dari restoran lokal maupun asing. Salah satu dari restoran asing dan lokal yang ada di Citra Raya Tangerang yaitu Domino's Pizza yang dimana Domino's Pizza didirikan pada tahun 1960 di Ypsilanti, Michigan, oleh dua saudara Tom dan James Monaghan. Pada Tanggal 22 Agustus 2008 Domino's Pizza membuka toko pertamanya di Indonesia, Tepatnya di Pondok Indah, dan di Citra Raya sudah sejak tahun 2015. Selain Domino's Pizza sebagai *fast food* asing, terdapat juga pesaing sejenis yaitu Pizza Hut, KFC, Richesse Factory, Burger Kings, Starbuck,

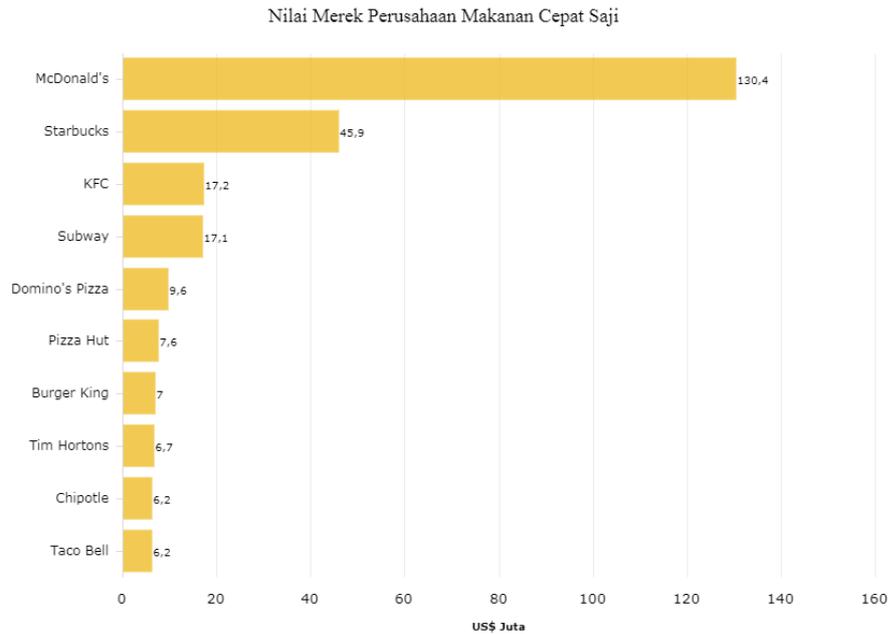
McDonald's, Solaria, Hoka Hoka bento, Es Teler 77 dan lain sebagainya. Pesaing sejenis tersebut merupakan pesaing terdekat dari Domino's Pizza.

**Tabel 1.1 Perkembangan jumlah gerai restoran**

Restoran	Tahun		
	2016	2017	2018
Starbuck	248	300	326
McDonald's	168	177	180
Kfc	575	628	632
Pizza Hut	300	393	451
Domino's Pizza	32	60	150

Sumber: Diolah Peneliti, 2020

Seperti yang diketahui bahwa perkembangan jumlah gerai restoran di Indonesia semakin tahun semakin meningkat. Menurut data yang diolah, pada tahun 2016 jumlah gerai (*outlite*) restoran yang ada diindonesia Starbuck memiliki 248 gerai, Mc Donald's 168 gerai, Kfc 575 gerai, Pizza hut 300 gerai, dan Domino's Pizza 32 gerai. Kemudian pada tahun 2017 Starbuck meningkat menjadi 300 gerai, Mc Donald's 177 gerai, Kfc 628 gerai, Pizza Hut 393 gerai, dan Domino's Pizza sendiri meingkat menjadi 60 gerai. Lalu pada tahun 2018 mengalami peningkatan yang cukup tinggi dimana Starbuck 326 gerai, Mc Donald's 180 gerai, Kfc 632 gerai, Pizza Hut 451 gerai dan Domino's Pizza menjadi 150 gerai. Sehingga meningkatnya jumlah gerai bisa mempengaruhi konsumen dalam slesktif memilih makanan yang ingin mereka beli, bisnis makanan juga semakin meningkat, perusahaan harus berusaha mempertahankan bisnis tersebut dan membuat perusahaan tersebut menjadi pilihan konsumen saat membeli makanan.



Katadata

databoks

Sumber: databoks Statista, 2019

**Gambar 1.1 Nilai Merek Perusahaan Makanan Siap Saji**

Dapat dilihat Berdasarkan gambar nilai merek perusahaan makanan cepat saji diatas, Domino's Pizza berada pada posisi ke lima dalam nilai merek perusahaan makanan siap saji. Yang dimana Domino's Pizza memiliki nilai merek US\$ 9,6 miliar dan nilai merek perusahaan yang paling tinggi adalah McDonal's. Nilai merek dalam perusahaan sangat penting untuk keberhasilan suatu perusahaan yang dimana nilai suatu merek itu menjadi tolak ukur untuk konsumen dalam memilih dan membeli suatu makanan karena pada saat merek tersebut sudah banyak dikenal dikalangan masyarakat luas dan memiliki citra yang baik maka akan membuat konsumen untuk percaya.

**Tabel 1.1 Top Brand Index fase 2 2019**

2017			2018			2019		
Merek	TBI	TOP	Merek	TBI	TOP	Merek	TBI	TOP
Pizza Hut	83,7 %	TOP	Pizza Hut	76.2%	TOP	Pizza Hut	48.7%	TOP
Dominos Pizza	9.3%	TOP	Dominos Pizza	8.9%	TOP	Dominos Pizza	14.2%	TOP
Izzi Pizza	1.8%		Izzi Pizza	3.8%		Papa Ron's	8.8%	
Papa Ron's	1.8%		Papa Ron's	2.3%		Gian Pizza	7.5%	
			Gian Pizza	2.2%		Pizza Bar	5.5%	

Sumber: Diolah Peneliti, 2020

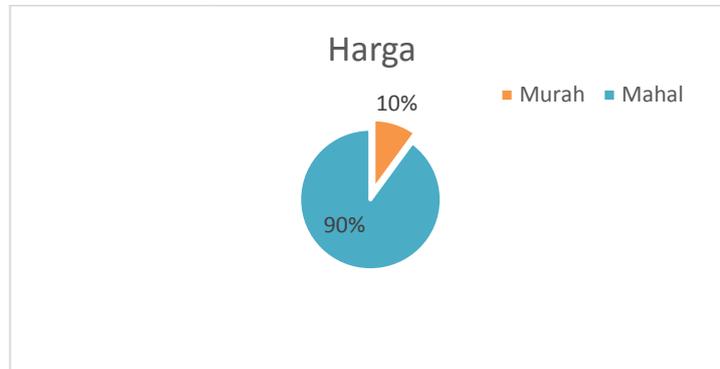
Pada Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa Domino's Pizza berada pada peringkat Kedua pada tahun 2017 dengan TBI 9,3% lalu pada Tahun 2018 Domino's pizza berada pada peringkat Kedua dengan TBI 8,9% mengalami penurunan, kemudian pada tahun 2019 Domino's Pizza berada pada peringkat kedua dengan TBI 14,2% yang dimana Domino's pizza ini mengraha pada perbaikan karena pada tahun 2019 Domino's Pizza mengalami peningkatan walaupun tetap pada posisi kedua dari pesaing restoran pizza lainnya. Hal ini dikarenakan Domino's Pizza adalah bukan tempat yang nyaman untuk berkumpul dan bersantai maka dari itu banyak konsumen yang membeli makanan tersebut untuk dibawa pulang. selain itu Domino's Pizza menyediakan beraneka ragam menu yang mungkin bisa membuat konsumen menjadi suka dan nyaman untuk menyantap makanan tersebut dirumah bersama keluarga.

Harga menjadi tolak ukur konsumen untuk melakukan pembelian. Karena ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya, yang dinyatakan dalam satuan mata uang atau alat tukar (Indriyo Gitosudarmo, 1994). Perusahaan Domino's Pizza menggunakan strategi harga dengan sering memberikan banyak promo kepada pelanggannya karena pada saat Domino's Pizza tidak ada promo, harganya relatif mahal, itu semua perusahaan lakukan untuk mempertahankan pelanggan atau bahkan pelanggan baru maka dari itu Domino's Pizza sering mengadakan promo dan bisa menyaingi pesaing yang ada saat ini. Harga dan pelayanan yang ditawarkan menjadi hal yang sangat penting dalam konsumen menentukan pilihan.

Banyak hal yang mempengaruhi maju mundurnya restoran kuliner makanan, maka dari itu setiap perusahaan harus memperhatikan beberapa hal agar perusahaan bertahan serta bersaing dengan perusahaan lain. Beberapa hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu Citra merek. Menurut Aecker dalam (Simamora, 2004), "citra merek adalah seperangkat asosiasi unik yang ingin diciptakan atau dipelihara oleh pemasar Citra merek yang sangat berpengaruh terhadap pemikiran pelanggan dalam memilih suatu produk. Citra merek mampu memberi kekuatan untuk mempengaruhi sikap pelanggan dan dapat menimbulkan keputusan pembelian pada konsumen. Hal ini tentu saja dapat mempengaruhi pelanggan untuk melakukan pembelian. Citra merek akan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Kemungkinan yang paling penting, merek yang kuat dengan citra merek yang positif akan menjadikan ketahanan dalam pemasaran.

Kualitas Produk, Merupakan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan (Kotler dan Armstrong, 2008). Yang dimana kualitas produk Domino's Pizza Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk mempengaruhi kepercayaan konsumen, konsumen akan merasa percaya jika produk yang ditawarkan memiliki kualitas produk yang baik. jika perusahaan tidak dapat memberikan kualitas produk yang baik, maka konsumen pun akan mengurangi kepercayaannya terhadap produk tersebut.

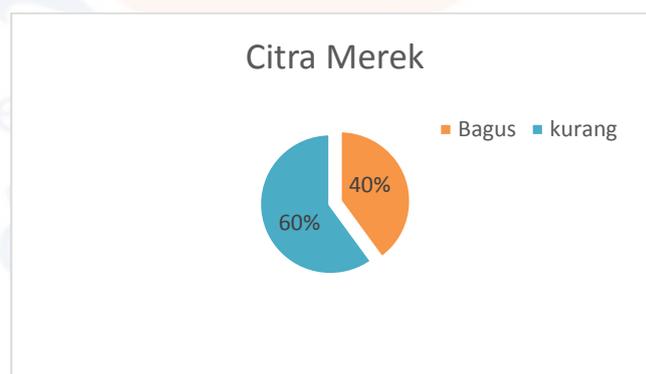
Dan untuk mengetahui alasan dari para pelanggan Domino's Pizza mengenai permasalahan yang telah peneliti uraikan diatas, peneliti melakukan pra survei kepada 20 responden pelanggan Domino's Pizza Citra Raya Tangerang. Pra survei dilakukan selama 1 hari yaitu kamis pada tanggal 16 Januari 2020. Hasilnya bisa dilihat dalam gambar dibawah ini:



Sumber: Diolah peneliti, 2020

**Gambar 1.2 Harga Domino's Pizza**

Dari hasil survei terhadap 20 responden diatas yang telah melakukan pembelian dapat dilihat bahwa sebanyak 18 responden (90%) harga yang ditawarkan oleh Domino's Pizza mahal jika tidak ada promo sehingga membuat konsumen tidak puas untuk melakukan pembelian ulang dan sisanya terdapat 2 responden (10%) Harga yang ditawarkan oleh Domino's Pizza murah sehingga membuat konsumen merasa puas dengan harga yang ditawarkan oleh Domino's Pizza karena harga menjadi pilihan untuk seseorang untuk melakukan pembelian ulang.

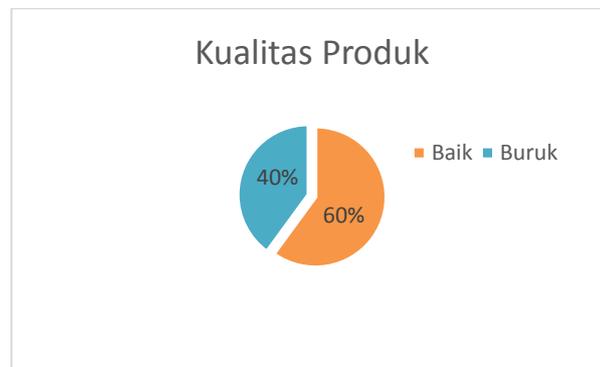


Sumber: Diolah peneliti, 2020

**Gambar 1.3 Citra Merek Domino's Pizza**

Dari hasil survei terhadap 20 responden diatas yang telah melakukan pembelian dapat dilihat bahwa sebanyak 12 responden (60%) Citra Merek yang dimiliki Domino's Pizza masih kurang dibenak konsumen sehingga membuat konsumen merasa tidak puas untuk melakukan pembelian terhadap varian pizza lainnya dan terdapat 8 responden (40%) Citra Merek yang dimiliki Domino's

Pizza Bagus sehingga membuat konsumen merasa puas untuk melakukan pembelian terhadap varian pizza lainnya.



Sumber: Diolah peneliti, 2020

**Gambar 1.4 Kualitas Produk Domino's Pizza**

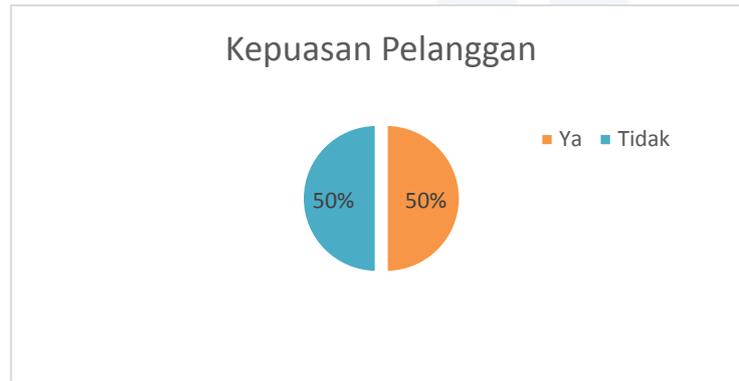
Dari hasil survei terhadap 20 responden diatas yang telah melakukan pembelian dapat dilihat bahwa sebanyak 12 responden (60%) kualitas produk yang dimiliki Domino's Pizza membuat konsumen puas terhadap kualitas produk yang dimiliki oleh Domino's Pizza dan 8 responden (40%) konsumen merasa tidak puas terhadap kualitas produk Domino's Pizza.



Sumber: Diolah peneliti, 2020

**Gambar 1.5 Loyalitas Pelanggan Domino's Pizza**

Dari hasil survei terhadap 20 responden diatas yang telah melakukan pembelian dapat dilihat bahwa sebanyak 18 responden (90%) membeli produk Domino's Pizza lebih dari dua kali dalam seminggu sehingga konsumen merasa puas melakukan pembelian dan 2 responden (10%) tidak melakukan pembelian ulang karena konsumen merasa tidak puas.



Sumber: Diolah peneliti, 2020

**Gambar 1.6 Kepuasan Pelanggan Domino's Pizza**

Dari hasil survei terhadap 20 responden diatas yang telah melakukan pembelian dapat dilihat bahwa sebanyak 10 responden (50%) konsumen Domino's Pizza merasa Puas dan terdapat 10 responden (50%) konsumen yang merasa tidak puas terhadap Dominos Pizza

Berdasarkan survei diatas Domino's Pizza sudah mampu menciptakan Loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan sudah cukup tinggi namun loyalitas dan kepuasan pelanggan harus ditingkatkan supaya dapat berdampak terhadap penjualan yang lebih baik. Manajemen Domino's Pizza harus memberikan penawaran yang mampu menciptakan konsumen menjadi loyal dan merasa puas dengan produk Domino's Pizza latar belakang masalah yang menunjukkan Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan yang di berikan masih kurang baik terhadap pelanggan Domino's Pizza, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **"Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan"**.

## 1.2 Identifikasi dan Pembatasan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Harga produk Domino's Pizza secara umum tidak terjangkau, sehingga membuat konsumen tidak melakukan pembelian ulang terhadap produk Domino's Pizza karena harga mempengaruhi seseorang untuk melakukan pembelian.
2. Citra Merek Domino's Pizza masih kurang dikenal konsumen sehingga membuat konsumen tidak melakukan pembelian ulang.
3. Kualitas Produk Domino's Pizza masih kurang baik karena masih ada konsumen yang merasa tidak puas dengan Kualitas produk yang telah diberikan oleh Domino's Pizza sehingga membuat konsumen tidak melakukan pembelian ulang

### 1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang diuraikan diatas, tampak bahwa permasalahan sehingga yang terkait dengan topik penelitian cukup luas, sehingga perlu di adakan pembatasan masalah. Maka penelitian ini hanya dibatasi pada variabel yang berkaitan dengan variabel yang diteliti yaitu Harga, Citra Merek Kualitas Produk sebagai variabel independent terhadap Loyalitas Pelanggan sebagai variabel dependen melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel Intervening

### 1.4 Rumusan Masalah

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Domino's Pizza Citra Raya Tangerang?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Domino's Pizza Citra Raya Tangerang?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Domino's Pizza Citra Raya Tangerang?
4. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Domino's Pizza Citra Raya Tangerang?
5. Apakah citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Domino's Pizza Citra Raya Tangerang?
6. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Domino's Pizza Citra Raya Tangerang?
7. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Domino's Pizza Citra Raya Tangerang?
8. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Domino's Pizza Citra Raya Tangerang?
9. Apakah citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Domino's Pizza Citra Raya Tangerang?
10. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Domino's Pizza Citra Raya Tangerang?

### 1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Domino's Pizza Citra Raya Tangerang.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan Pelanggan pada Domino's Pizza Citra Raya Tangerang.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Domino's Pizza Citra Raya Tangerang.
4. Untuk Mengetahui pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Domino's Pizza Citra Raya Tangerang.
5. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan pada Domino's Pizza Citra Rya Tangerang.

6. Untuk Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Domino's Pizza Citra Raya Tangerang.
7. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Domino's Pizza Citra Raya Tangerang.
8. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Domino's Pizza Citra Raya Tangerang.
9. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Domino's Pizza Citra Raya Tangerang.
10. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Domino's Pizza Citra Raya Tangerang.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis  
Hasil penelitian dapat digunakan sebagai penambah pengetahuan tentang pemasaran yang berkaitan dengan harga, citra merek, kualitas produk kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.
2. Bagi Perusahaan  
Hasil penelitian diharapkan membantu Domino's Pizza dalam melihat manfaat dan hasil yang diperoleh dari harga, citra merek kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, dan dapat membantu meningkatkan penjualan.
3. Bagi Pembaca  
Sebagai referensi bagi penelitian penelitian selanjutnya mengenai harga, citra merek, kualitas produk, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.