

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Pada era globalisasi seperti saat ini perkembangan ilmu dan teknologi semakin pesat, dimana hal tersebut tidak hanya mengakibatkan perubahan pada sektor pendidikan dan ekonomi saja, melainkan juga terhadap perubahan gaya hidup. Perubahan gaya hidup pada masa globalisasi tidak dapat dihindari, dimana salah satu perubahan gaya hidup yang terjadi adalah kecenderungan diri dalam mengkonsumsi makanan cepat saji. Restoran cepat saji merupakan trend bisnis yang disambut oleh semua kalangan, karena restoran cepat saji menjanjikan sebuah kepraktisan ditengah kesibukan masyarakat saat ini. Persaingan antara perusahaan penghasil produk makanan cepat saji saat ini sangat kompetitif. 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.

Bisnis makanan cepat saji adalah salah satu bisnis yang paling kompetitif dan berkembang pesat saat ini. Saat ini di Kota Jakarta semakin banyak dijumpai restoran cepat saji baik dari restoran lokal maupun asing. Salah satu dari restoran asing yang berkembang di Kota Jakarta adalah Pizza Hut. Selain Pizza Hut sebagai restoran cepat saji, terdapat juga pesaing sejenis yaitu KFC, CFC, Texas, McDonald's, Solaria, Dominos's Pizza dan lain sebagainya. Pesaing sejenis tersebut merupakan pesaing terdekat dari Pizza Hut yang juga telah dikenal oleh masyarakat luas baik dari segi kualitas produk maupun pelayanan. Pizza Hut sangat digemari oleh masyarakat Indonesia dan banyak cabangnya di kota-kota besar di Indonesia. Pizza Hut adalah restoran pizza yang tempat usaha utamanya di Wichita, Kansas, Amerika Serikat yang menjadi master franchise Pizza Hut di Indonesia adalah PT. Sarimelati Kencana, dengan tempat usaha utamanya di Jakarta. Peluang pasar di bidang industri makanan semacam pizza ternyata sangat terbuka luas. Terbukanya peluang ini disebabkan karena adanya pergeseran pola konsumsi dan gaya hidup masyarakat perkotaan. Salah satu jenis usaha yang terkait dengan penyediaan makanan jadi disertai dengan pelayanan adalah melalui bisnis restoran pizza. Di Indonesia, restoran pizza yang pertama kali hadir adalah Pizza Hut, tepatnya pada tahun 1984. Dengan kata lain Pizza Hut adalah pelopor hadirnya restoran dengan hidangan asing berupa pizza di Indonesia karena melihat peluang pasar variasi makanan alternatif yang sangat besar. Restoran Pizza Hut di Indonesia ternyata begitu cepat berkembang, bahkan berkembang lebih pesat

dibandingkan dengan Pizza Hut di beberapa negara. Saat ini jumlah restoran Pizza Hut di Indonesia sudah mencapai 200 restoran yang tersebar di 22 propinsi. Bisnis ini memberikan kontribusi yang cukup besar dalam menyediakan lapangan pekerjaan untuk masyarakat, dimana telah menampung sekitar 9000 tenaga kerja pada tahun 2020 dan ditargetkan akan menerima sekitar seribu tenaga kerja setiap tahunnya melalui pembukaan restoran baru di berbagai kota besar di Indonesia.

Menciptakan merek memang merupakan salah satu cara perusahaan agar produknya dikenal dan digunakan oleh konsumen. Merek adalah produk yang mampu memberikan dimensi tambahan yang secara unik membedakannya dari produk-produk lain yang dirancang untuk memuaskan kebutuhan serupa. Merek yang diciptakan perusahaan harus memiliki unsur-unsur yang mudah diingat dan menciptakan keyakinan positif konsumen serta merasa puas setelah membeli. Selain itu, citra merek mempunyai peran penting dalam mempengaruhi perilaku kepuasan. Konsumen yang mempunyai citra positif terhadap merek cenderung memilih merek tersebut dalam melakukan keputusan pembelian. Kesadaran merek yang dialami mampu mempermudah konsumen dan juga produsen, hal ini dimaksudkan untuk mengingat tiap detail yang ada pada merek tersebut, yang bisa berdampak adanya pembelian dimasa mendatang.

Menurut hasil survei yang dilakukan oleh Top Brand Award, selama 5 tahun terakhir Pizza Hut berhasil menduduki peringkat pertama Top Brand Award mengalahkan beberapa kompetitor restoran pizza lainnya, Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut ini:

**Table 1.1**

**Daftar Restoran Pizza Top Brand Award**

Restoran	Pangsa %				
	2016	2017	2018	2019	2020
Pizza Hut	86,9(TOP)	83,7(TOP)	76,2(TOP)	48,7(TOP)	53,8(TOP)
Dominos Pizza	9,0	9,3	8,9	14,2(TOP)	17,7(TOP)
Papa Ron's	1,8	1,6	3,8	8,8	11,0(TOP)
Izzi Pizza	-	1,8	-	-	-
Gian Pizza	-	-	2,2	7,5	7,5
Pizza Bar	-	-	2,3	5,5	4,2

**Sumber: Top Brand Award**

Dari tahun 2016-2020 dapat dilihat pada Tabel 1.2 bahwa Pizza Hut selalu menduduki peringkat pertama Top Brand Award. Dapat dilihat pada table Top Brand Award tahun 2016-2020 Pizza Hut mengalami masalah fluktuatif yakni

penurunan penjualan. Angka dari tahun 2016-2020 Pizza hut mengalami penurunan yang signifikan dan merosot tajam dari tahun 2016 sebesar 86,9% dan terus merosot hingga 53,8%. Jika tidak disikapi dan dicermati secara serius, ini akan menjadi masalah yang semakin besar untuk kelangsungan hidup perusahaan.

Selain dari Merek, Harga juga menjadi faktor lain dalam menentukan keputusan pembelian. Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam hal keputusan pembelian karena harga merupakan salah satu bagian dari bauran pemasaran. Harga juga menentukan keberhasilan sebuah perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diterima perusahaan. Harga sering kali digunakan konsumen untuk menentukan pilihan mereka. Harga suatu produk yang lebih murah bisa menjadi salah satu keputusan pembelian. Harga merupakan suatu nilai produk, karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Harga juga menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli, sehingga perlu pertimbangan khusus untuk menentukan harga tersebut. Setiap produk atau jasa yang diperjual belikan tentunya diukur dengan harga yang ditetapkan yang harus dibayarkan oleh konsumen.

**Table 1.2**

**Harga Pizza Tahun 2020**

<b>Restoran</b>	<b>Harga</b>
Pizza Hut	Rp. 50.000 – Rp 180.000
Domino's Pizza	Rp. 15.000 – Rp.98.000
Papa Ron's Pizza	Rp. 42.000 – Rp 115.000

*Sumber: Data Olah Peneliti 2020*

Dari keterangan table 1.2 ada perselisihan harga dari setiap produk pizza yang di tawarkan beberapa restoran pizza, terlihat bahwa restoran pizza hut memiliki harga lebih mahal dari pada restoran pizza kompetitornya. Ini membuat konsumen mempersepsikan bahwa harga di restoran Pizza Hut jauh lebih mahal walaupun perbedaan restoran Pizza Hut dan Papa Ron's Pizza tidak jauh berbeda harganya.

Promosi merupakan salah satu cara yang paling banyak digunakan perusahaan untuk menarik minat konsumen. Berbagai macam promosi telah dilakukan oleh Pizza Hut, misalnya dengan membagikan promosi melalui media elektronik, media cetak dan media sosial. Dengan adanya promosi melalui media cetak, media elektronik dan media sosial, konsumen akan lebih mudah untuk mengetahui promosi yang ada di Pizza Hut seperti promosi paket menu meriah, promosi big box, double box dan promosi kartu kredit. Pizza Hurt melakukan berbagai promosi seperti mendapat voucher Rp50.000 dan 4 personal pan pizza harga normalnya adalah Rp100.000 menjadi Rp70.000. Selama pandemi ini, Pizza Hut juga memaksimalkan penjualan produk nya melalui take away dan delivery

serta penjualan online yang bekerja sama dengan Grab dan Gojek. Selain itu, Pizza Hut juga menarik pelanggannya dengan memberikan promosi-promosi dengan memberikan menu yang cukup terjangkau untuk menarik minat pelanggannya.



Sumber: [www.pizzahut.co.id](http://www.pizzahut.co.id), 2020

### Gambar 1.1

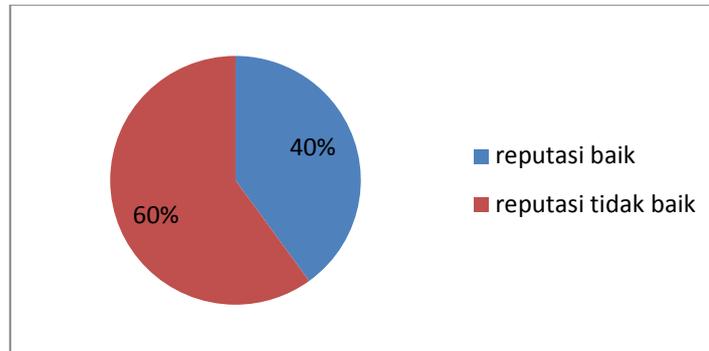
#### Berbagai Program Promosi Pizza Hut

Selain itu, Pizza Hut juga memberikan berbagai promo-promo fantastis para pelanggannya seperti Promo All You Can Eat Pizza, Promo Harga Merdeka, dan Promo 2 Pizza Regular, dan 100K GET 4 untuk tetap memasarkan produknya dan menarik minat pelanggan untuk membelinya. Selain itu, ada pula promo free delivery, atau pesan antar tanpa biaya hingga ke jarak tertentu, yang dilakukan agar pelanggan akan tertarik menggunakan jasa pesan antar milik Pizza Hut sendiri sehingga dapat menekan biaya pesan antar milik perusahaan ojek online.

Paket promo pesan antar ini diharapkan dapat mendorong pelanggan untuk dapat membeli produk Pizza Hut dengan frekuensi yang lebih sering dan juga meningkatkan jangkauan target pelanggan sehingga dapat menstabilkan income. Selain itu, promo ini juga diharapkan dapat menghilangkan persepsi umum

masyarakat bahwa Pizza Hut adalah sebuah restoran yang hanya menyajikan makanan-makanan yang mahal.

Lebih jauh untuk memperkuat data yang ada, peneliti melakukan pra survey tentang variabel Citra Merek, Harga, dan Iklan, dengan hasil sebagai berikut:

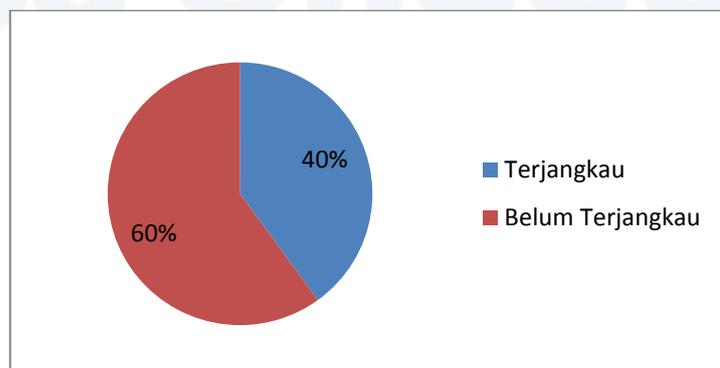


Sumber: Data Olah Peneliti 2020

**Gambar 1.2**

### **Data Pra Survei Reputasi Pizza Hut**

Berdasarkan Gambar 1.1 mengenai hasil dari pra survey yang telah dilakukan oleh peneliti dengan jumlah responden sebanyak 30 responden, yang berkaitan dengan Citra Merek dengan pertanyaan yaitu “Apakah Pizza Hut Taman Ratu memiliki reputasi yang baik?” dari hasil pra survey menunjukkan sebanyak 12 orang (40%) responden menyatakan bahwa Pizza Hut memiliki reputasi yang baik di kalangan konsumen dan 18 orang (60%) responden menjawab reputasi Pizza Hut tidak baik, karena menurut responden selama pandemi ini pelayan di Pizza Hut menurun dikarenakan sedikitnya jumlah karyawan yang memberikan pelayanan dan berakibat terjadinya antrian yang panjang selama pesenan.

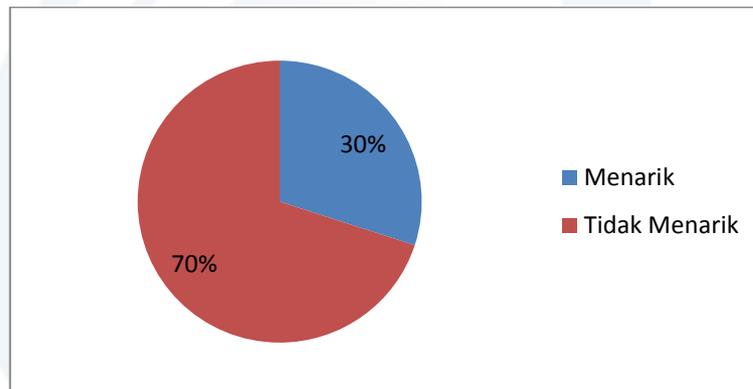


Sumber: Data Olah Peneliti 2020

**Gambar 1.3**

**Data Pra Survei Keterjangkauan Harga Pizza Hut**

Berdasarkan Gambar 1.2 mengenai hasil dari pra survey yang telah dilakukan oleh peneliti dengan jumlah responden sebanyak 30 responden, yang berkaitan dengan harga dengan pertanyaan “Apakah Harga Produk Pizza Hut Sudah Terjangkau?” dari hasil pra survey di atas menunjukkan sebanyak 18 orang (60%) menyatakan harga yang di tawarkan Pizza Hut belum terjangkau. Karena menurut responden harga yang di tawarkan Pizza Hut belum terjangkau bagi kalangan menengah kebawah dan harga yang ditawarkan terlalu mahal. Sedangkan 12 orang (40%) responden menjawab terjangkau, karena menurut para responden harga yang di tawarkan Pizza hut sudah terjangkau dan sesuai dengan kualitas yang diberikan.



*Sumber: Data Olah Peneliti 2020*

**Gambar 1.4**

**Data Pra Survei Promosi melalui Iklan Yang Menarik**

Berdasarkan Gambar 1.3 mengenai hasil dari pra survey yang telah dilakukan oleh peneliti dengan jumlah responden sebanyak 30 responden yang berkaitan dengan Iklan dengan pertanyaan “Apakah Iklan Pizza Hut Menarik?” dari hasil pra survey di atas menunjukkan sebanyak 9 orang (30%) menilai bahwa iklan Pizza Hut menarik dan sebanyak 21 orang (70%) menganggap iklan Pizza Hut tidak menarik untuk dilihat karena iklan Pizza Hut yang ditayangkan tidak kreatif dan inovatif

Dari Uraian latar belakang ini peneliti tertarik melakukan penelitian dengan mengambil judul penelitian **“Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Di Pizza Hut”**.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat diidentifikasi beberapa masalah yang ada, antara lain:

1. Adanya persaingan Merek antara Domino's Pizza, Papa Ron's Pizza, Izzi Pizza, Giant Pizza, Pizza Bar, data tersebut dapat di lihat dari data *Top Brand Award* sehingga berdampak pada berkurangnya keinginan konsumen untuk membeli produk Pizza Hut.
2. Reputasi Pizza Hut kurang baik di mata konsumen selama masa pandemi ini karena sering kali terjadinya antrian yang panjang ketika melakukan pemesanan dan hal ini mengakibatkan konsumen merasa kecewa dan lebih memilih produk lainnya
3. Harga yang ditawarkan oleh Pizza Hut belum terjangkau bagi kalangan menengah kebawah dibandingkan dengan produk pizza yang ditawarkan oleh pesaingnya.
4. Konsumen merasa Iklan yang dilakukan Pizza Hut tidak kreatif dan inovatif sehingga membuat mereka tidak tertarik untuk melihat iklan yang ada.

## 1.3 Pembatasan Masalah

Maka penelitian ini hanya dibatasi oleh faktor Citra Merek (X1), Harga (X2), dan Iklan (X3) yang berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y)

## 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan Uraian pada latar belakang di atas maka dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Citra Merek, Harga, dan Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pizza Di Pizza Hut?
2. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pizza di Pizza Hut?
4. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pizza di Pizza Hut?
5. Apakah Variabel Harga yang paling dominan mempengaruhi Keputusan pembelian pizza di Pizza Hut?

## 1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara bersama- sama antara Citra Merek, Harga, dan promosi terhadap Keputusan Pembelian pizza di Pizza Hut.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pizza di Pizza Hut.

- Universitas  
Esa Unggul
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara Harga terhadap Keputusan Pembelian pizza di Pizza Hut.
  4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara Promosi terhadap Keputusan Pembelian pizza di Pizza Hut.
  5. Untuk mengetahui variable Harga yang dominan dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian pizza di Pizza Hut.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dari segi ilmu teoritis serta bertambahnya pengetahuan yang dapat digunakan sebagai acuan pembelajaran mengenai seberapa besar dampak dari Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan memberikan sumbangan konseptual bagi penelitian sejenis maupun penelitian lainnya dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan untuk kemajuan dalam dunia pendidikan.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

1. Bagi Perusahaan  
Hasil dari penelitian ini di harapkan menjadi bahan pertimbangan serta masukan bagi perusahaan dalam upaya meningkatkan Citra Merek, Harga dan Promosi yang berakhir pada keputusan pembelian.
2. Bagi Akademik  
Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh Citra Merek, Harga serta Promosi yang mengacu kepada Keputusan pembelian sebagai variabel *independen* dan variabel *dependen* khususnya pada produk di Pizza Hut
3. Bagi Penulis  
Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi serta pengalaman bagi peneliti lainnya untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran khususnya yang berhubungan antara Citra Merek, Harga dan Promosi yang pengacu kepada Keputusan Pembelian.