

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Observasi

Pizza Hut merupakan jaringan restoran pizza terbesar di dunia dengan hampir 12.000 cabang restoran yang tersebar di lebih dari 84 negara. Pizza Hut didirikan pada tahun 1958 oleh dua bersaudara yaitu Dan dan Frank Carney di Wichita, Kansas, USA. Pizza Hut yang awalnya hanya merupakan usaha restoran perorangan telah berkembang dan berubah menjadi restoran yang terdaftar dan berpusat di Kansas. Hal ini ditandai dengan dibukanya cabang “*franchise*” restoran pizza pertama pada tahun 1959 di Topeka, Kansas. Pada tahun 1968, Pizza Hut juga mulai melebarkan sayapnya ke dunia internasional yaitu dengan membuka cabang di Kanada. Hal ini membuktikan bahwa pizza sudah menjadi makanan yang menyebar di berbagai negara, sehingga setiap negara mempunyai gaya atau ciri pizza tersendiri yang biasanya disesuaikan dengan selera rasa masyarakat setempat. Pada tahun 1969 Pizza Hut yang terkenal dengan sebutan “Si Atap Merah” (*Red Roof*) resmi diakui penggunaannya untuk restoran Pizza Hut sekaligus menjadi simbol pelayanan jasa restoran terbaik.

Pada tahun 1977 Pizza Hut bekerja sama dengan PepsiCo. Inc., kerjasama ini berhasil meraup keuntungan besar bagi kedua belah pihak diantaranya Pizza Hut dinobatkan sebagai “*The Best Company to Work For*” di Dallas by D magazine (Januari 2000) serta merupakan perusahaan nomor satu dalam rantai distribusi pizza di Amerika menurut Restaurant & Institution “*2001 choice in chains*” survey. Pada tahun 1997 hingga sekarang, hak waralaba Pizza Hut diambil alih oleh perusahaan multinasional Yum! Brands Inc.

Pizza Hut hadir di Indonesia untuk pertama kalinya pada tahun 1984 di gedung Djakarta Theatre daerah Thamrin Jakarta dan merupakan restoran pizza pertama di Indonesia. Sebagai pelopor restoran pizza di Indonesia, hingga sekarang franchise Pizza Hut terus eksis di bisnis restoran fastfood di Indonesia. Saat ini sudah terdapat sekitar 240 restoran Pizza Hut yang tersebar di seluruh Indonesia dimana pemegang hak waralaba tunggal Pizza Hut di Indonesia ialah PT. Sari Melati Kencana (PT. SMK). Saat ini kantor pusat atau yang biasa disebut *support center* Pizza Hut bertempat di Gedung Graha Mustika Ratu Lantai 8-9 Jalan Gatot Subroto kav 74-75, Jakarta. Pada tahun 1997, Pizza Hut memperoleh sertifikat halal dari LPPOM MUI setelah melalui pengujian yang cukup ketat dan membutuhkan waktu cukup lama. Selain memperoleh sertifikat halal, PT. SMK telah memperoleh sertifikat HACCP (*Hazard Analysis Critical Control and Point system*) dan telah menerapkan *Good Manufacturing Practices* (GMP) dalam proses produksinya.

Sebagai restoran pizza, Pizza Hut memposisikan dirinya sebagai *mid casual dining* restoran terkemuka yang menawarkan pengalaman yang tidak terlupakan dan pizza terbaik dengan harga terjangkau. Pizza Hut merupakan restoran yang melayani *dine-in*, *take away* dan *delivery service*. Adapun tipe layanan (*type of service*) yang dilakukan Pizza Hut berbeda dengan restoran makanan cepat saji lainnya yaitu dengan menggunakan *ala carte service*. Karakter penyajian ala carte adalah menu dalam penyajian makanan disebutkan satu jenis makanan beserta harganya, lalu makanan dimasak setelah pemesanan sehingga konsumen tidak perlu mengantri ke kasir untuk memesan menu yang ada.

Pizza Hut menyediakan berbagai macam pizza dengan pilihan variasi topping serta berbagai menu pelengkap lainnya seperti pasta, salad, sup dan sebagainya. Khusus di Indonesia dimana makanan pokok masyarakatnya adalah nasi, maka Pizza Hut membuat menu – menu yang terbuat dari nasi diantaranya risotto ala Pizza Hut. Berikut ini adalah contoh daftar menu Pizza Hut Indonesia.

**Tabel 1.1**  
**Daftar menu pizza hut**

No	Nama produk	Jenis produk
1	Super Supreme	Pizza
2	Meat Lovers	
3	All Veggie	
4	American Favourite	
5	Beetato Pepperoni	
6	Splitza	
7	Fishchips	
8	Tuna Melt	
9	Shrimp Kress	
10	Black Pepper Chicken	
11	Deluxe Cheese	
12	Beef Lasagna	Pasta
13	Beef Spaghetti	
14	Beff Fettuccine	
15	Chickenfish Cannelloni	
16	Mix Berry	Drink
17	Blue Ocean	
18	Italian Sunrise Soda	
19	Dilmah Green Tea	
20	Mocha Float	
21	Oriental Beef Meatball	Hot Rice
22	Asian Crispy Shrimp	
23	Chicken Teriyaki	
24	Fresh Salad/Fruit	Hidangan sampingan
25	Soup of the day	
26	New Orlean Chicken Wings	
27	Puff Pastry Tomato Cream Soup	
28	Chicken Mushroom Calizza	
29	Banana split	Desserts
30	Choco Mania	
31	Happy Melody	
32	Merry Sundae	

Sumber : Website Pizza Hut

Kesuksesan Pizza Hut juga merupakan hasil kerja keras yang didasari empat nilai budaya kerja. Keempat nilai budaya ini yang dijadikan dasar oleh perusahaan dalam membangun relasi dengan pelanggan, mitra usaha, dan pemegang saham. Keempat nilai tersebut antara lain :

1. Integritas yaitu jujur dalam berpikir dan bekerja, dapat dipercaya, tulus, dan bersikap professional saat berhubungan dengan rekan kerja, pelanggan, dan para *supplier*.
2. Keunggulan yaitu melakukan pekerjaan yang lebih dari sekedar panggilan tugas dan melakukan lebih dari apa yang diharapkan. Setiap personil harus berjuang untuk perbaikan dan teliti dalam segala hal serta harus menjalankan tugas dengan rela dan menghadapi segala tantangan yang ada untuk mencapai standar yang tertinggi.
3. Pertumbuhan usaha yaitu mengembangkan diri dan memperoleh keuntungan dengan cara menjadi “*casual dining restaurant*” yang terbaik. Personil harus berjuang untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan serta keterampilan sehingga bisa berkembang bersama, baik secara individu dan organisasi.
4. Keuntungan yaitu sedapat mungkin memberikan keuntungan kepada para pemegang saham dengan pengawasan dan peningkatan usaha penjualan.

Logo Pizza Hut

Dibawah ini adalah gambar logo Pizza Hut sebagai berikut :

**Gambar 1.1**  
**Logo Pizza Hut**



*Sumber* : Website Pizza Hut Indonesia

Logo atau simbol dari Pizza hut ditandai dengan gambar “Atap Merah” (*Red Roof*) yang menjadi simbol pelayanan restoran terbaik. Salah satu ciri khas dari bentuk pelayanan Pizza Hut yang paling menonjol ketika pengunjung datang adalah bagaimana keramahan dan sopan santun yang dilakukan karyawan ketika menyambut setiap pelanggannya. Contohnya ketika mereka menanyakan kepada pengunjung berapa jumlah bangku yang diperlukan, perlu ruangan merokok atau tidak, menjelaskan berapa lama waktu yang diperlukan untuk proses pembuatan makanan yang dipesan dan apapun yang

dipesan oleh pengunjung, di akhir pemesanan karyawan pizza hut akan selalu mengatakan “Pilihan yang tepat sekali !” sambil mengacungkan jempol. Hal ini merupakan ciri khas dari pelayanan Pizza Hut yang membedakannya dengan restoran pizza lainnya.

## 1.2 Latar Belakang Objek Observasi

Dalam teori kebutuhan Maslow (Prasetijo, 2005 : 28) mengatakan bahwa setiap manusia mempunyai kebutuhan dasar yang bertingkat – tingkat, mulai dari kebutuhan dasar (fisik) hingga kebutuhan psikologis yang paling tinggi dalam bentuk beraktualisasi diri. Dalam hal ini kebutuhan yang harus terpenuhi dahulu ialah kebutuhan fisiologis dimana seseorang membutuhkan makanan, minuman, tempat tinggal dan kebutuhan fisik lainnya. Kebutuhan itulah yang akhirnya menimbulkan perilaku pembelian pada konsumen. Berdasarkan hal tersebut, Pizza Hut berusaha memenuhi kebutuhan tersebut dengan menyediakan makanan dimana pizza sebagai menu utamanya. Pizza merupakan makanan yang berasal dari Italia yang berbahan dasar roti yang berbentuk bulat datar dengan tambahan topping di atasnya. Pizza menjadi salah satu makanan yang diminati oleh masyarakat khususnya yang tinggal di wilayah perkotaan seperti di Bandung. Hal ini ditandai dengan banyaknya restoran pizza di Bandung seperti yang dapat kita lihat pada tabel 1.2 di bawah ini.

**Tabel 1.2**  
**Beberapa Restoran Pizza yang terdapat di Bandung Tahun 2013**

NO	NAMA	ALAMAT
1	Avenue Pizza	Ciwalk Jl. Cihampelas
2	Buono Italian Pizza	Jl. Sultan Tirtayasa no.26
3	Domino’s pizza	Jl. Buah batu no. 163
4	Calestino Café	Jl.Lombok no 10
5	Café Milan	Jl.Pelajar Pejuang 45 n0.91
6	La Cucina Café	Jl.Ternate
7	Papa Ron’s pizza	Jl.Abdul Rivai & Jatos
8	Pizza Hut	Jl.Setia Budi
9	Warung Laos	Jl. Eyckman no. 2
10	Nanny’s pavillon	Jl. RE. Martadinata no 112
11	Café halaman	PVJ Jl. Sukajadi no 137 – 139
12	Pizza e- Birra	Jl. Sukajadi PVJ
13	Magic Pizza – Magic Oven	Jl. RE. Martadinata No. 17-21
14	Pino Pizza	Jl. Buah Batu

*Sumber* : [www.streetdirectory.co.id](http://www.streetdirectory.co.id)

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa persaingan bisnis restoran pizza di Bandung cukup ketat. Hal ini menuntut agar perusahaan dapat mempertahankan pelanggannya agar tidak berpindah ke pesaing. Strategi yang dilakukan Pizza Hut dalam menghadapi pesaingnya yaitu melakukan inovasi baik

dari segi variasi menu, pelayanan yang ramah dengan didukung sumber daya manusia yang kompeten dalam bidang pangan khususnya pada inovasi produk yang menjamin mutu dan kualitas produk, serta dalam bidang pelayanannya. Selain itu, citra merek (*brand image*) telah menjadi salah satu ukuran kinerja merek yang penting dewasa ini. Citra merek mempresentasikan keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Apalagi pada saat pertarungan merek sudah demikian ketatnya, *brand image* dipakai sebagai cara untuk bertahan dalam jangka panjang. Perusahaan berlomba-lomba menanamkan citra positif dimata konsumen karena konsumen yang mempunyai citra positif terhadap suatu merek, lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian kembali. Dalam hal ini Pizza Hut juga mendapatkan TOP Brand 2010 di kategori restoran pizza seperti yang terlihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 1.3**  
**Top Brand Index 2012 pada Restoran Pizza**

2012		
Merek	TBI	
Pizza Hut	90,3%	TOP
PapaRons	2,9%	
Izzi Piza	2,1%	

*Sumber* : [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa pizza hut memiliki TBI (*Top Brand Index*) yang lebih besar dibandingkan para pesaingnya seperti papa rons dan izzi pizza. Menurut Top Brand Awards 2012, TBI diukur dengan menggunakan tiga parameter yaitu *top of mind awareness* (merek yang ada di benak konsumen pertama kali), *last used* (merek produk yang terakhir digunakan) dan *future intention sampling* (merek yang ingin digunakan untuk pemakaian selanjutnya). Ketiga parameter tersebut membuktikan bahwa Pizza Hut telah berhasil membangun citra merek yang kuat, sehingga mereknya sudah menjadi *top of mind* di benak konsumennya.

Citra merek yang positif merupakan hal terpenting untuk menjadikan konsumen loyal, apalagi ketika konsumen tidak mempunyai pengalaman dengan produk tersebut maka konsumen akan lebih memilih dan percaya pada produk dengan merek yang memiliki citra yang baik. Citra merek yang baik dapat membuat merek menjadi terkenal dan favorit di mata konsumen juga menjadi jaminan kualitas produk yang baik pula. Oleh karena itu ketika konsumen beranggapan bahwa merek tertentu secara fisik berbeda dari merek pesaing, citra merek tersebut akan melekat secara terus – menerus sehingga dapat membentuk kesetiaan merek tertentu yang disebut dengan loyalitas (Rangkuti, 2000 : 44). Loyalitas konsumen diartikan sebagai konsumen yang merasa puas terhadap produk atau merek yang dikonsumsi

atau dipakai dan akan membeli ulang produk tersebut. Kesetiaan konsumen tidak terbentuk dalam waktu singkat tetapi melalui proses belajar dan berdasarkan hasil pengalaman konsumen itu sendiri serta pembelian konsisten sepanjang waktu. Akumulasi pengalaman yang positif akan membuat ikatan atau loyalitas antara konsumen dengan merek semakin kuat.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang ditulis dalam laporan Tugas Akhir berjudul “Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Pizza Hut Bandung”.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Adapun permasalahan yang ingin diangkat dalam Laporan Tugas Akhir yang berjudul “Pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan Pizza Hut Bandung” adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap citra merek Pizza Hut ?
2. Bagaimana tingkat loyalitas pelanggan Pizza Hut ?
3. Seberapa besar tingkat pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan Pizza Hut ?

### **1.4 Tujuan Observasi**

Adapun tujuan penelitian untuk permasalahan yang diangkat pada Laporan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana persepsi konsumen terhadap citra merek Pizza Hut.
2. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat loyalitas pelanggan Pizza Hut.
3. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan Pizza Hut.

### **1.5 Kegunaan Observasi**

Adapun penelitian ini kiranya dapat memberikan hasil yang bermanfaat bagi pihak – pihak yang berkepentingan yaitu :

1. Bagi penulis  
Untuk mengaplikasikan teori perkuliahan yang telah di dapat selama enam semester di Institut Manajemen Telkom, dan sebagai wujud untuk memenuhi syarat kelulusan Diploma III Manajemen Pemasaran Institut Manajemen Telkom.
2. Bagi perusahaan  
Dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan oleh perusahaan khususnya Pizza Hut dalam membangun *brand image* yang baik di benak konsumennya.

3. Bagi pihak lain

Dapat menjadi referensi keilmuan dari hasil pengamatan yang dilakukan penulis yang bersangkutan dengan manajemen pemasaran khususnya mengenai citra merek (*brand image*) dan loyalitas pelanggan dalam usaha makanan cepat saji khususnya pizza.

## **1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir**

Adapun sistematika penulisan Laporan Tugas Akhir ini antara lain meliputi :

1. BAB I (PENDAHULUAN)

Dalam bab ini berisi tentang pemaparan gambaran umum dan latar belakang dari permasalahan yang diangkat serta tujuan dan kegunaan penulis melakukan observasi dalam penulisan Laporan Tugas Akhir ini.

2. BAB II (RELEVANSI TEORI DAN PEMBAHASAN)

Dalam bab ini dibahas mengenai kesesuaian antara teori terhadap aktivitas observasi yang dilakukan serta pembahasan hasil observasi sehingga dapat menjawab permasalahan – permasalahan yang diangkat.

3. BAB III (KESIMPULAN DAN SARAN)

Dalam bab ini dipaparkan kesimpulan dari hasil observasi yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, serta saran – saran yang ingin disampaikan terhadap perusahaan yang dijadikan observasi dan juga saran bagi penelitian yang akan datang.