

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ilmu dan teknologi yang semakin pesat, tidak hanya berakibat pada sektor pendidikan, namun sektor ekonomi dan budaya juga ikut terpengaruh. Sektor budaya misalnya adalah terjadi perubahan kebudayaan yang tidak dapat dihindari. Sebagai contoh adalah makanan cepat saji yang dahulu belum ada di Indonesia, seiring dengan perkembangan zaman, maka bermunculanlah di Indonesia.

Perilaku konsumen di zaman sekarang cenderung berubah-ubah. Tentunya hal ini juga tidak lepas dari kemajuan ekonomi di negara-negara Asia, yang memberi dampak pada peningkatan pendapatan individual, sehingga konsumen di zaman sekarang lebih berorientasi pada nilai suatu produk dari pada harganya. Konsumen rela untuk membelanjakan uang lebih dengan tujuan mendapatkan pelayanan yang baik, yang tentunya memberi nilai kepuasan kepada konsumen. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen adalah gaya hidup. Gaya hidup akan mempengaruhi penilaian yang dilakukan oleh seseorang yang akan membeli suatu produk. Gaya hidup menunjukkan pola kehidupan orang yang bersangkutan yang tercermin dalam kegiatan sehari-hari, minat, dan pendapatnya terhadap suatu hal yang sudah melekat pada diri seseorang. Gaya hidup apabila digunakan oleh pemasar secara cermat, dapat membantu untuk memahami nilai-nilai konsumen yang terus berubah dan bagaimana nilai-nilai tersebut dapat mempengaruhi perilaku konsumen.

Fenomena yang berkembang dalam masyarakat dunia ketiga termasuk Indonesia yaitu adanya kecenderungan terjadinya perubahan gaya hidup (*life style*), akibat dari ekspansi industri pangan yang dimanifestasikan ke dalam bentuk restoran siap saji. Generasi muda lebih suka makan dan menghabiskan waktu ke *mall*, *cafe* dan tentunya dengan makanan-makanan ala barat atau ke restoran siap saji seperti *McD*, *Pizza Hut* dan lain sebagainya. Kondisi ini dimungkinkan karena sistem penjualan yang modern mampu mempengaruhi penduduk Indonesia untuk mengkonsumsinya, tidak terkecuali makanan dari Negara Italia, yaitu Pizza. Makanan jenis ini banyak digemari masyarakat Indonesia dari segala umur dan kalangan.

Perubahan gaya hidup (*life style*) menyebabkan banyak hal mengalami pergeseran atau perubahan fungsi, salah satunya adalah kehadiran sebuah kafe/restoran cepat saji yang melahirkan fenomena sosial dan budaya baru. Restoran dan kafe disamping sebagai tempat untuk makan dan minum, para pelanggan melihat banyak peluang dan manfaat yang mereka dapatkan saat berkunjung ke tempat tersebut. Antara lain sebagai tempat untuk berkumpul, bersosialisasi, bertukar pikiran, memperluas jaringan dan bahkan menjadi salah satu tempat pilihan untuk melakukan *prospecting business* antar eksekutif. Hal demikian akan menjadi kebiasaan baru sehingga menjadi gaya hidup kebanyakan masyarakat perkotaan saat ini.

Bisnis *fast food* adalah salah satu bisnis yang paling kompetitif dan berkembang pesat.

Pertumbuhan industri restoran cepat saji di Indonesia menunjukkan perkembangan yang relatif pesat, kesimpulan ini setidaknya bisa terlihat dari data Roy Morgan Single Source, sebuah survei sindikasi terhadap lebih dari 25 ribu responden berusia 14 tahun ke atas. Hasil survei tersebut menunjukkan, selama kuartal I/2009 sebanyak 54% masyarakat Jakarta membeli makanan cepat saji. Angka ini melonjak dibandingkan dua tahun lalu yakni hanya 48% penduduk Jakarta yang mengaku pernah membeli makanan cepat saji. Masih menurut sumber yang sama, sebanyak 53% masyarakat Ibu Kota membeli makanan cepat saji dalam 6 bulan terakhir dan sebanyak 46% membeli dalam sebulan terakhir (Purnadi, 2009:3).

Restoran *fastfood* yang ada di Indonesia sekarang ini antara lain Pizza Hut, MC Donald dan Paparons. Dengan adanya berbagai restoran *fastfood*, maka berdampak pula pada ketatnya persaingan untuk mendapatkan pelanggan agar perusahaan mampu mendapatkan keuntungan, terus tumbuh dan tetap *survive*. Membangun kepuasan pelanggan tidak dapat begitu saja diraih, tetapi memerlukan proses panjang, salah satunya melalui kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan guna meyakinkan pelanggan bahwa Pizza Hut merupakan restoran *fastfood* terbaik. Pizza Hut adalah restoran berantai dan waralaba makanan Internasional yang mengkhususkan dalam pizza. Perusahaan ini didirikan pada 1958 oleh dua mahasiswa, Dan dan Frank Carney di Wichita, Kansas. Pizza Hut dibeli oleh Pepsico, inc pada 1977. Pizza Hut sekarang ini merupakan restoran pizza berantai terbesar di dunia, dengan hampir 12.000 restoran, kios pengantaran-ambil ke luar di lebih dari 86 negara (sumber : pizza_hut.htm). Sebagai salah satu restoran *fastfood* terbesar, Pizza Hut tidak menghendaki para pelanggannya beralih ke kompetitor. Oleh sebab itu, tuntutan

untuk selalu menjadi yang terbaik harus menjadi komitmen Pizza Hut agar pelanggan tetap puas sehingga menimbulkan keinginan para pelanggan untuk kembali melakukan pembelian di Pizza Hut.

Salah satu cara untuk untuk tetap dapat bersaing adalah dengan membentuk kepuasan terhadap konsumen secara efektif guna menggaet konsumen baru dan mempertahankan konsumen lama. Dengan begitu, para pengusaha dituntut untuk dapat menarik minat konsumen kemudian mempertahankannya sebagai konsumen yang *loyal* terhadap produk perusahaan.

Kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis .

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli setelah alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibanding harapannya. Ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan akan mempengaruhi perilaku untuk membeli kembali jasa dari penyedia jasa yang sama. Bentuk sikap konsumen terhadap

penyedia jasa berdasarkan harapan sebelumnya tentang kinerja perusahaan dan sikap ini berpengaruh pada loyalitas pelanggan.

Loyalitas konsumen sangat penting bagi perusahaan, karena setiap konsumen dapat memberikan keuntungan material dan non material kepada perusahaan. Keuntungan material adalah perusahaan memperoleh laba usaha dari transaksi yang dilakukan, sedangkan keuntungan non materialnya adalah konsumen yang loyal akan merekomendasikan pembelian dan mengajak orang lain untuk melakukan transaksi yang sama.

Loyalitas konsumen menjadi masalah setiap perusahaan, karena konsumen memiliki kebebasan dalam memilih dan terdapat banyak pilihan yang menawarkan berbagai produk unggulan untuk menarik konsumen. Hal ini berlaku juga dalam industri restoran cepat saji, dimana banyak restoran yang bisa menjadi pilihan konsumen. Hal ini membuat persaingan menjadi semakin ketat, dan untuk menghadapi persaingan tersebut setiap perusahaan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik agar konsumen merasa puas dan akhirnya menjadi konsumen yang *loyal*.

Keputusan perusahaan melakukan tindakan perbaikan pelayanan yang sistematis merupakan hal yang menentukan dalam menindaklanjuti keluhan konsumen dari suatu kegagalan sehingga pada akhirnya mampu mengikat loyalitas konsumen. Kepuasan pelanggan menjadi parameter penting sehingga bisnis dapat terus berkelanjutan. Dengan adanya kepuasan maka diharapkan pelanggan akan menjadi loyal.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh gaya hidup dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Pizza Hut khususnya Pizza Hut Adam Malik. Hal ini dikarenakan lokasi Pizza Hut Adam Malik ini sangat strategis karena letaknya yang berdekatan dengan gedung perkantoran dan gedung perkuliahan serta tempat bisnis lainnya. Restoran Pizza Hut ini selalu ramai dikunjungi masyarakat sehingga saya menduga adanya kepuasan dari konsumennya. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti tentang **“Pengaruh Gaya Hidup dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran Pizza Hut Adam Malik Medan”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka permasalahan-permasalahan yang ada atau dihadapi sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap loyalitas pelanggan pada restoran Pizza Hut?
2. Bagaimana pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada restoran Pizza Hut?
3. Apakah gaya hidup dan kepuasan secara bersama-sama mempengaruhi loyalitas pelanggan pada restoran Pizza Hut?

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah Pengaruh gaya hidup dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Pizza Hut Adam Malik Medan.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi dan pembatasan masalah sebelumnya, maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada restoran Pizza Hut Adam Malik Medan ?
2. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada restoran Pizza Hut Adam Malik Medan?
3. Apakah gaya hidup dan kepuasan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada restoran Pizza Hut Adam Malik Medan?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan dapat menjelaskan bagaimana pengaruh gaya hidup dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada restoran Pizza Hut Adam Malik Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis

Menambah wawasan, pengetahuan dan pemahaman penelitian di bidang pemasaran khususnya tentang pengaruh gaya hidup dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan.

2. Bagi Perusahaan

Dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi pihak perusahaan dalam usaha meningkatkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

3. Bagi Lembaga Pendidikan Unimed

Sebagai literature kepustakaan di bidang penelitian mengenai pengaruh gaya hidup dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan.

4. Bagi Peneliti Lain

Sebagai bahan referensi yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi peneliti lain yang ingin meneliti penelitian sejenis.