

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

#### **1.1.1 Fenomena Bisnis**

Di tengah kemajuan era globalisasi saat ini, persaingan di dunia bisnis, khususnya pada industri semakin ketat. Dimana situasi ini membuat para pelaku usaha harus selalu berinovasi untuk menarik pelanggan untuk membeli produk mereka. Oleh karena itu, perusahaan harus mengikuti perkembangan dalam bidang sosial, budaya, ekonomi maupun politik. Selain itu, tidak lupa perusahaan harus selalu memperhatikan persaingan bisnis untuk memikirkan strategi dalam membuat konsumen lebih memilih produk mereka sebagai pilihan pertama. Perusahaan yang sukses harus selalu inovatif dan menciptakan keunikan pada produknya agar dapat bertahan di persaingan pasar yang ketat.

★ Dengan gaya hidup yang selalu berubah dan serba ingin cepat, orang lebih suka membeli makanan yang cepat dan instan. Konsumen tertarik untuk membeli makanan cepat saji karena menu yang bervariasi dan harga yang terjangkau. Dengan munculnya banyak restoran cepat saji, akan ada persaingan yang intens untuk menarik pelanggan. Mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa, semua orang menyukai jenis makanan cepat saji ini. Tetapi tidak dipungkiri bahwa produk pizza hut tidak dapat dinikmati setiap saat, banyak konsumen yang membeli

produk pizza untuk sebuah acara besar, seperti perayaan ulang tahun atau acara besar.

Pizza Hut dimulai pada tahun 1958 di Wichita, Kansas, Amerika Serikat, oleh dua bersaudara, Frank dan Dan Carney. Sejak saat itu, Pizza Hut berkembang pesat menjadi jaringan restoran dengan ribuan cabang di seluruh dunia. Merek ini terkenal dengan inovasi dalam menciptakan berbagai variasi pizza, menawarkan berbagai pilihan jenis adonan, topping, dan saus yang dapat dipilih sesuai selera pelanggan. PT Srimelati Kencana Tbk, yang lebih dikenal dengan Pizza Hut Indonesia, adalah perusahaan yang bergerak di bidang ritel makanan cepat saji dan berpusat di Jakarta. Pizza Hut membuka restoran pertamanya di Indonesia pada tahun 1984. Pizza Hut merupakan pelopor Pizza nomor satu di Indonesia yang sangat digemari oleh semua kalangan.

PT Sarimelati Kencana membuat dua model franchise yaitu Pizza Hut dan PHD (Pizza Hut Delivery) yang dimana dua franchise tersebut memiliki pelayanan yang berbeda. Pizza Hut sudah ada sejak awal pada tahun 1984 dengan menawarkan pengalaman makan di tempat atau restoran dengan menu yang bervariasi, dengan berbagai additional dan makanan lainnya selain Pizza. Sementara PHD baru ada sejak tahun 2007, yang dimana PHD ini fokus pada layanan pengiriman cepat dengan harga yang lebih terjangkau, tetapi menu yang ditawarkan lebih sedikit dan tidak disediakannya tempat untuk makan ditempat. Tetapi

tidak dipungkiri, PHD menjadi pilihan yang banyak karena pengiriman yang lebih cepat dan mudah.

Pizza Hut Delivery di Kota Malang saat ini memiliki enam gerai yakni, Pizza Hut Delivery Dinoyo, Pizza Hut Delivery Sukun, Pizza Hut Delivery Singosari dan Pizza Hut Delivery Kedungkandang. Banyak pesaing dengan restoran sejenis salah satunya pizza lokal yang ada di Malang. Berikut beberapa restoran pizza yang ada di Kota Malang:

**Tabel 1.1 Restoran Pizza di Kota Malang**

<b>Nama Restoran</b>	<b>Jumlah Gerai</b>	<b>Alamat</b>
Pizza Hut Delivery	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jl. MT Haryono Gg. VIII No.33 65144 Kelurahan Dinoyo Jawa</li> <li>- Jl. S. Supriadi No.31, Bandungrejosari, Kec. Sukun, Kota Malang, Jawa Timur 65147</li> <li>- Jl. Raya Mondoroko No.134, Mondoroko, Banjararum, Kec. Singosari, Kabupaten Malang, Jawa Timur 65153</li> <li>- Jl. Danau Toba No.1, Sawojajar, Kec. Kedungkandang, Kota Malang, Jawa Timur 65139</li> </ul>
Domino's Pizza	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jl Mayjen Haryono 160, Kec Lowokwaru, Kota Malang 65114 Dinoyo Malang</li> <li>- Jl S Supriadi, Sukun, Kec Sukun 65147 Malang Sukun</li> <li>- Jalan Ranugrati No. 35, Sawojajar, Kec. Kedungkandang, Kota Malang, Jawa Timur 65115</li> </ul>

<b>Nama Restoran</b>	<b>Jumlah Gerai</b>	<b>Alamat</b>
D Pizza Malang	1	- Jl. Akordion Perum De Prima Ruko Kav.7, Kel. Tunggulwulung, Kec. Lowokwaru, Kota Malang
Panties Pizza	1	- Jl. Soekarno Hatta Kav.5, Ruko Grand Soekarno Hatta 65142 Malang
Monique's Pizza	1	- Jl. Lokon No.3, Karangbesuki, Kec. Sukun, Kota Malang, Jawa Timur 65146

Sumber: Data Sekunder diolah peneliti, 2024

**Tabel 1.2 Penjualan Pizza Hut Indonesia/PT Sarimelati Kencana Tbk Periode Januari-September (2019-2024)**

<b>Tahun</b>	<b>Penjualan (Miliar Rupiah)</b>
2019	3.939,48
2020	2.665,68
2021	2.503,30
2022	2.636,65
2023	2.751,60
2024	2.037,87

Sumber: databoks.katadata.co.id

Pada saat ini restoran Pizza Hut sedang mengalami penurunan penjualan sebesar 26 persen dari Rp2,75 triliun menjadi Rp2,04 triliun menurut laporan keuangan per 30 September 2024, pernyataan ini didukung oleh data dari [www.idxchannel.com](http://www.idxchannel.com) (1). Menurut Direktur Sarimelati Kencana, faktor utama yang menjadi penyebab turunnya penjualan yaitu menurunnya daya beli masyarakat, selain itu faktor geopolitik di Timur Tengah yang juga menekan kinerja PZZA. Penurunan penjualan tersebut terjadi pada kategori makanan dan minuman. Seluruh segmen penjualan makanan memperoleh Rp1,9 triliun per kuartal ketiga

tahun 2024, turun dari periode yang sama tahun yaitu Rp2,5 triliun. Untuk segmen minuman secara keseluruhan memperoleh Rp132 miliar, turun menjadi Rp197 miliar. Selain mengalami penurunan penjualan yang cukup anjlok PT Sarimelati Kencana Tbk juga menutup 17 gerai di beberapa daerah akibat adanya penurunan penjualan yang melonjak. Hal tersebut sangat berpengaruh terhadap penjualan Pizza Hut secara keseluruhan, pernyataan ini didukung oleh artikel dari [tempo.co](https://tempo.co) (2). Selain itu data di atas juga didukung oleh tabel penurunan penjualan dari databoks, berikut tabel yang akan disajikan.

**Tabel 1.3 Jumlah Karyawan Pizza Hut Indonesia / PT Sarimelati Kencana Tbk (2019-2024)**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Karyawan</b>
2019	6.560
2020	5.787
2021	5.505
2022	5.356
2023	5.022
2024	4.651

Sumber: databoks.katadata.co.id

Menurut data yang ada pada databoks PT Sarimelati Kencana Tbk jumlah karyawan perusahaan terus berkurang sejak pandemi. Berdasarkan grafik dibawah jumlah karyawan pada Desember 2019 masih mencapai 6.560 karyawan tetap. kemudian pada tahun 2020, jumlah karyawan menyusut akibat adanya Covid-19. Berkurangnya karyawan ini terus berlanjut pada tahun-tahun berikutnya hingga tersisa 4.651 karyawan pada September 2024.

### 1.1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena yang terjadi diatas bahwa Pizza Hut sedang mengalami penurunan penjualan diberbagai kota. Penurunan penjualan menunjukkan turunnya keputusan pembelian. Hal ini dapat disebabkan karena adanya beberapa alternatif pilihan merek pizza yang lebih banyak dengan harga yang relative murah dengan kualitas yang sama. Keputusan pembelian sangat penting bagi suatu perusahaan, karena semakin tinggi keputusan pembelian maka semakin tinggi juga penjualan yang akan didapatkan oleh perusahaan. keputusan pembelian yang tinggi mampu mendorong penjualan bisnis, tetapi untuk meningkatkan keputusan pembelian yang tinggi tentunya tidak mudah. Banyak konsumen yang melakukan keputusan pembelian dengan mempertimbangkan *brand image* dan kewajaran harga sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian.

Keputusan pembelian adalah keputusan yang dibuat oleh seseorang berdasarkan keinginan dan kebutuhan terhadap suatu produk, yang dapat dipengaruhi oleh faktor budaya, keluarga, atau lingkungan. Keputusan pembelian memiliki peran krusial dalam menjaga keberlangsungan perusahaan, karena semakin besar intensi konsumen untuk membeli, maka semakin tinggi potensi peningkatan penjualan yang dapat dicapai oleh perusahaan. Peningkatan keputusan pembelian diharapkan dapat mendorong penjualan perusahaan, namun meraih tingkat keputusan pembelian yang tinggi bukanlah hal yang sederhana. Konsumen umumnya

mempertimbangkan berbagai faktor, seperti brand image, harga produk dan kualitas pelayanan sebelum membuat keputusan untuk membeli.

Keputusan pembelian adalah keputusan akhir yang diambil konsumen dalam membeli barang atau jasa setelah mempertimbangkan berbagai aspek. Salah satu hal penting yang perlu diperhatikan adalah keinginan dan preferensi konsumen, karena mereka cenderung mengikuti tren zaman yang semakin modern. Hal ini terlihat pada produk makanan dan minuman yang terus menghadirkan inovasi baru, yang pada gilirannya menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian (3). Hal tersebut memainkan peran penting dalam membentuk preferensi konsumen, sehingga keputusan akhir dalam membeli barang atau jasa sering kali merupakan hasil dari interaksi berbagai faktor eksternal tersebut.

Image yang dibangun oleh Pizza Hut sampai saat ini selalu membuat konsumen merasa puas akan pelayanannya, Pizza Hut mengatakan bahwa tidak hanya membuat orang senang, tetapi pizza hut juga membangun sebuah ikatan dengan konsumen bahwa dengan membeli produk Pizza Hut konsumen akan merasa Istimewa. *Brand Image* adalah gambaran yang terbentuk di benak konsumen terhadap elemen visual atau verbal suatu merek, yang mencakup aspek emosional yang ingin disampaikan oleh merek dan diharapkan dapat diingat oleh konsumen (4).

Citra merek memiliki peran yang krusial karena konsumen cenderung memilih produk yang sudah dikenal, baik melalui pengalaman langsung menggunakan produk tersebut maupun berdasarkan informasi

yang didapatkan melalui media (5). *Brand Image* yang positif akan membentuk suatu hubungan emosional yang kuat antara konsumen dengan sebuah merek, sehingga dapat meningkatkan brand awareness dan keputusan pembelian. Sebaliknya, jika citra negatif maka hal tersebut akan menghambat perkembangan merek, karena konsumen akan cenderung memilih merek dengan reputasi yang lebih baik dan dapat memberikan nilai emosional yang lebih tinggi.

Pizza Hut adalah pelopor pizza pertama yang digemari oleh Masyarakat menengah ke atas, yang dimana harga yang ditawarkan kepada konsumen juga relative lebih mahal dari produk pizza pesaing lainnya. Dengan adanya pesaing Pizza yang cukup banyak, seperti Domino's Pizza yang saat ini juga termasuk pizza yang digemari dengan harga yang relative lebih murah dibanding Pizza Hut, hal ini juga bisa menjadikan ancaman bagi Pizza Hut. Tetapi, Pizza Hut tidak berhenti berinovasi serta melakukan strategi marketing yang lebih baik agar dapat menarik konsumen.

Kewajaran harga merujuk pada jumlah uang yang dikeluarkan untuk membeli barang atau jasa, atau nilai yang dianggap setara oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk tersebut (6). Faktor ini sangat mempengaruhi keputusan pembelian, karena konsumen cenderung membandingkan harga dengan kualitas atau manfaat yang akan diperoleh. Jika harga sesuai dengan nilai yang diterima, konsumen akan merasa puas dan cenderung melakukan pembelian, sedangkan jika harga dirasa terlalu tinggi dan manfaat yang didapat tidak

sesuai, konsumen mungkin akan mencari alternatif lain. Dengan demikian, kewajaran harga menjadi salah satu elemen penting yang dapat membentuk perilaku konsumen dalam memilih produk atau jasa tertentu.

Kualitas pelayanan juga merupakan elemen penting yang dapat membentuk pengalaman konsumen, pelayanan yang cepat, ramah, dan responsif dapat memberikan kesan positif yang berdampak langsung pada keputusan pembelian. Konsumen yang merasa dilayani dengan baik cenderung akan merasa senang dan kemudian melakukan keputusan pembelian secara terus-menerus.

Penurunan jumlah karyawan yang terjadi pada Pizza Hut dari tahun ke tahun mencerminkan adanya penurunan kinerja operasional yang kemungkinan disebabkan oleh menurunnya keputusan pembelian konsumen. Dalam menghadapi kondisi ini, penting bagi perusahaan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, seperti brand image, kewajaran harga, dan kualitas pelayanan. Brand image yang kuat dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang ketat. Kewajaran harga menjadi pertimbangan konsumen dalam menilai apakah produk sebanding dengan manfaat yang diterima, terutama di tengah menurunnya daya beli masyarakat. Sementara itu, kualitas pelayanan yang prima menjadi kunci dalam menciptakan pengalaman positif yang mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Oleh karena itu, ketiga faktor tersebut sangat relevan

untuk dianalisis dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian dan memperbaiki kinerja perusahaan.

Beberapa penelitian menyatakan bahwa brand image dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (7), (8) dan (9). Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Safitri dan santoso menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian McDonald's Ngaliyan Semarang (10) dan penelitian yang dilakukan oleh Ana Mustafida menyatakan bahwa harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Richeese Factory Manyar Surabaya (11).

Temuan-temuan diatas menunjukkan konsistensi pengaruh ketiga variabel terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, penelitian dapat memperkuat dan melanjutkan temuan – temuan tersebut dengan konteks yang lebih spesifik, yaitu pada konsumen Pizza Hut Delivery Dinoyo, yang belum banyak dikaji dalam literatur sebelumnya. Pemilihan Pizza Hut Delivery (PHD) cabang Dinoyo sebagai lokasi penelitian didasarkan pada hasil observasi awal peneliti yang menunjukkan bahwa gerai tersebut tampak sepi, sehingga menimbulkan pertanyaan apakah konsumen masih melakukan pembelian dan faktor apa saja yang memengaruhi keputusan mereka. Selain itu, lokasi PHD Dinoyo sangat strategis karena berada di kawasan padat mahasiswa dan pekerja muda yang menjadi segmen utama makanan cepat saji, serta dikelilingi oleh berbagai kampus besar. Keberadaan banyak pesaing di sekitar area ini juga menjadikan PHD

Dinoyo lokasi yang tepat untuk meneliti pengaruh brand image, kewajaran harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang ada diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui “ **Pengaruh Brand Image, Kewajaran Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pada Pizza Hut Dinoyo**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan penulis, fenomena bisnis yang terjadi yaitu penurunan penjualan yang dialami Pizza Hut. Selain itu penurunan juga terjadi pada jumlah karyawan Pizza Hut pada tahun 2020-2024. Maka dari itu dapat dirumuskan permasalahan yang harus diteliti yaitu bagaimana cara meningkatkan penjualan Pizza Hut dibawah ini:

1. Apakah *Brand Image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Pizza Hut Delivery Dinoyo?
2. Apakah Kewajaran harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian konsumen pada produk Pizza Hut Delivery Dinoyo?
3. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian konsumen pada produk Pizza Hut Delivery Dinoyo?

## **1.3 Tujuan & Manfaat Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Pizza Hut Delivery.

2. Menganalisis pengaruh Kewajaran harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Pizza Hut Delivery.
3. Menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Pizza Hut Delivery..

### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

#### **1. Praktis**

Sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan bagi Perusahaan dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif. Dengan mengetahui sejauh mana pengaruh brand image, kewajaran harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen.

#### **2. Teoritis**

Bagi peneliti selanjutnya, sebagai bahan referensi bagi pihak peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian sejenis.