

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan kegiatan yang tidak luput dari manusia sebagaimana pariwisata ini menjadi bagian kehidupan dari setiap orang. UU No. 10 Tahun 2009 mengenai definisi pariwisata adalah industri pariwisata merupakan kumpulan usaha saling terkait dalam rangka menghasilkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata. Fasilitas pariwisata, berdasarkan PP No. 50 tahun 2011 tentang RIPPARNAS, fasilitas tersebut terbagi yaitu: (1) akomodasi; (2) rumah makan; (3) informasi dan pelayanan wisata; (4) pelayanan keimigrasian; (5) pusat informasi pariwisata (tourism information center); (6) e-tourism kiosk; (7) polisi dan satgas wisata; (8) toko cinderamata (souvenir shops); (9) penunjuk arah wisata; (10) landscaping.

Menurut Schmidgall et al. dalam Wardiyanta, (2020) Restoran merupakan layanan operasi nirbala yang utama dari bisnis tersebut melibatkan penjualan makanan dan minuman kepada individu maupun kelompok. Sedangkan menurut Parantika (2019) restoran adalah suatu tempat usaha komersial yang sudah ditata sesuai dengan kebutuhan dan menawarkan makanan dan minuman sebagai bentuk produk yang dipasarkan atau dijual.

Menurut Saniantara P, (2023) Restoran dapat didefinisikan sebagai tempat bisnis yang menyiapkan dan menyajikan makanan ataupun minuman kepada pelanggan. Industri restoran merupakan bagian integral dari sektor layanan dalam perekonomian global. Restoran bukan hanya tempat makan, tetapi juga menjadi pusat kegiatan sosial dan budaya. Dalam beberapa tahun terakhir, industri restoran telah mengalami transformasi signifikan sebagai respons terhadap perubahan gaya hidup, preferensi konsumen, dan kemajuan teknologi. Restoran tidak lagi hanya menghadirkan hidangan yang lezat, tetapi juga menawarkan pengalaman gastronomi yang unik dan memuaskan, salah satu restorannya yaitu Pizza Hut.

Dalam sebuah restoran sangat diperlukan kualitas yang baik agar konsumen selalu nyaman dengan kelebihan yang ada. Pelayanan yang berkualitas menentukan keberhasilan suatu bisnis pariwisata. Menurut R.N Nugraha & P. Indriani, (2022) Layanan berkualitas tinggi terjadi karena sumber daya manusia yang berkualitas juga mampu memberikan nilai layanan yang unggul dan memiliki infrastruktur atau fasilitas yang sesuai.

Oleh karena itu layanan operasional di sebuah restoran harus bisa memenuhi kebutuhan konsumen dan juga sesuai dengan SOP agar menarik minat konsumen serta menghasilkan keuntungan di mana basis utama di dalamnya adalah penjualan makanan atau minuman kepada setiap individu atau kelompok kecil (Ninemeier & Hayes dalam Harahap Zulkifli, 2020)

Dengan meningkatnya persaingan dan ekspektasi konsumen yang semakin tinggi, pemilik restoran perlu mengadopsi strategi yang efektif untuk keberhasilan restoran. Adapun strategi yang harus diperhatikan diantaranya yaitu dengan cara memenuhi kepuasan konsumen dari sisi kualitas pelayanan dan promosi dengan standar kualitas yang tinggi dan juga tetap memahami perubahan keinginan yang konsumen harapkan (Supriyadi E.A et al, 2020).

Selain untuk keberhasilan restoran kualitas pelayanan juga merupakan penilaian utama bagi konsumen. Kualitas pelayanan yang maksimal akan memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan suatu restoran. Menurut (Ibrahim & Thawil, 2019) Kualitas pelayanan terdiri dari kemampuan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan serta ketepatan dalam menyampaikan keinginan pelanggan.

Selain itu, kualitas pelayanan juga dapat menggambarkan karakter dari suatu restoran atau disuatu tempat lainnya. Adapun pelayanan yang bisa membagikan keterampilan untuk memenuhi keinginan dan keperluan konsumen. Ini yang membuat perusahaan bisa memberikan pelayanan terbaik serta memiliki hubungan secara langsung antara konsumen dan pelaku usaha, sudut pandang pada sikap karyawan seperti kemahiran saat memberikan informasi membuat hal terpenting yang berprofesi dalam perbandingan cara melayani yang baik dan benar (Chaniago, H., 2020).

Ada juga faktor yang harus diperhatikan dalam memenuhi kepuasan konsumen yaitu faktor promosi. Faktor promosi sangat penting karena juga bisa menarik minat konsumen untuk bertransaksi sesuai keinginan atau kebutuhannya. Menurut (Cardia, Santika, & Respati, 2019) Promosi bertujuan untuk menarik pelanggan untuk mencoba membeli produk yang menarik, adanya hubungan informasi antara penjual dan pembeli bertujuan untuk mengalihkan sifat dan keputusan pembeli yang mereka tidak ketahui menjadi tahu, sehingga membuat mereka mengenal produknya.

Pizza Hut merupakan jaringan restoran Amerika dan waralaba internasional yang berdiri pada tahun 1958 di Wichita, Kansas oleh Dan dan Frank Carney. Perusahaan ini terkenal dengan menu Amerika-Italia, yang meliputi pizza dan pasta, serta lauk pauk dan makanan penutup. Pizza Hut memiliki 615 restoran di Indonesia terhitung pada 30 Juni 2023, yang menjadikan rantai Pizza terbesar di dunia dalam hal lokasi.

Salah satu cabang Pizza Hut yang terletak di Jl. Cilandak KKO No. 59, Ragunan, Ps. Minggu, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12550. Ini sudah berdiri belasan tahun hingga saat ini, memiliki lokasi yang strategis dan mudah di akses menggunakan transportasi umum.

Adapun masalah yang terjadi di pizza hut cabang cilandak, peneliti mengamati dan juga melihat total transaksi pizza hut cabang cilandak bisa terbilang rendah dari cabang lainnya di Jakarta salah satunya yaitu cabang Cempaka Putih, sementara lokasi di restoran ini sangat baik karena berdekatan dengan banyak kantor juga sangat ramai disekitarnya dan jumlah penjualan di restoran ini lebih dominan dengan cara takeaway dan aplikasi online.

Tabel 1.1 Transaksi Pizza Hut cabang Cempaka Putih

No	Tahun	Bulan	Total Transaksi
1.	2022	Oktober	4.300
2.	2022	November	4.100
3.	2022	Desember	4.350
4.	2023	Januari	4.370
5.	2023	Februari	4.350
6.	2023	Maret	4.350
7.	2023	April	4.550
8.	2023	Mei	4.800
9.	2023	Juni	5.260
10.	2023	Juli	5.300
11.	2023	Agustus	5.270
12.	2023	September	5.430

Sumber : Pizza Hut Cabang Cempaka Putih, Jakarta Pusat 2023

Tabel 1.2 Transaksi Pizza Hut Cabang Cilandak

No	Tahun	Bulan	Total Transaksi
1.	2022	Oktober	3.250
2.	2022	November	3.100
3.	2022	Desember	3.760
4.	2023	Januari	3.500
5.	2023	Februari	3.850
6.	2023	Maret	4.050
7.	2023	April	4.200
8.	2023	Mei	4.150
9.	2023	Juni	4.250
10.	2023	Juli	4.475
11.	2023	Agustus	4.555
12.	2023	September	4.650

Sumber : Pizza Hut Cabang Cilandak, Jakarta Selatan 2023

Dari data yang didapat terkait jumlah transaksi di restoran Pizza Hut ini terdapat sekitar 47790 transaksi di Pizza Hut cabang Cilandak dalam 1 tahun terakhir terhitung dari awal Oktober 2022 sampai Oktober 2023, data ini berasal dari Pizza Hut cabang Cilandak. Dalam situasi ini pizza hut menyadari peran penting kualitas pelayanan dan promosi yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen yang berdampak juga terhadap keputusan pembelian.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi pemilik restoran, manajer industri makanan dan minuman, peneliti, serta pihak-pihak yang terlibat dalam industri ini. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis mendalam terhadap berbagai aspek dalam operasional restoran diantaranya kualitas pelayanan dan promosi.

Melalui analisis ini, diharapkan dapat diidentifikasi strategi terbaik yang dapat membantu restoran meningkatkan daya saingnya, memberikan pengalaman pelanggan yang memuaskan, dan mencapai keberhasilan jangka panjang dalam pasar yang kompetitif ini.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RESTORAN PIZZA HUT CABANG CILANDAK”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang pada masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
2. Mengapa promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
3. Bagaimana kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Pizza hut cabang Cilandak.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen di Pizza hut cabang Cilandak.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan konsumen di Pizza hut cabang Cilandak.

D. Manfaat Penelitian

1. Untuk Penulis
Untuk memenuhi tugas akhir perkuliahan dalam mencapai gelar S1 Sarjana Pariwisata di Universitas Nasional dan juga untuk mengaplikasikan dan membandingkan teori-teori yang didapat dari bangku perkuliahan dengan realitas yang terjadi dilapangan.
2. Untuk Restoran
Penelitian ini dapat memberikan suatu pertimbangan untuk restoran dalam meningkatkan kepuasan konsumen yang manfaatnya juga untuk kemajuan restoran.
3. Untuk Akademisi
Penelitian ini diharapkan bisa membantu para akademisi yang berada di industry hospitality dalam mencari referensi untuk meningkatkan kepuasan konsumen dalam restoran atau café dari segi kualitas pelayanan dan promosi.
4. Untuk Universitas
Penelitian ini bisa menjadi manfaat dalam pengetahuan dan pemahaman di lingkungan kampus tentang kualitas pelayanan dan promosi yang baik sehingga bisa menjadi acuan.
5. Untuk Peneliti Lain
Penelitian ini dapat memberikan informasi kepada peneliti lain sebagai acuan untuk pertimbangan penulisan.