

Pengaruh *Service Delivery System* terhadap Loyalitas Pelanggan Pizza Hut Cabang Dago Bandung

The influence of Service Delivery System to customer loyalty Pizza Hut branch Dago Bandung

¹Ira Ary Monica, ²Dede R Oktini, ³Septiana Estri

^{1,2,3}*Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116
email: ¹monica.iraary@gmail.com*

Abstract. Research is called “influence *Service Delivery System* to customer loyalty Pizza Hut branch Dago Bandung “. The purpose of this study is to find efforts the implementation of the *Service Delivery System* Pizza Hut , to know response consumers of *Service Delivery System* Pizza Hut, to know response consumers of customer loyalty Pizza Hut, and to know how big the influence of *Service Delivery System* to customer loyalty Pizza Hut. Methods used in research this is the method and verifikatif descriptive . Based on the research done , response consumers of *Service Delivery System* Pizza Hut it can be said good enough .This can be seen from the statement by a respondent for any questions in a whole the average of the criteria for assessing which obtained is quite . With average for most people that is , 3,13 which is located at intervals 2.60 - 3.40 that reflects the *Service Delivery System* are good enough . Based on the results of research , customers of response customer loyalty Pizza Hut as a whole also it can be said enough , it can be seen from the average yield responses consumers of customer loyalty 3,15 as much as .This indicates that customer loyalty against Pizza Hut it can be said enough because it is located at intervals 2.60 - 3.40 criteria good enough .To find out how big the influence of *Service Delivery System* against customer loyalty Pizza Hut branch Dago Bandung , used statistical analyses based on the data obtained through the distribution of the questionnaire as many as 100 respondents .The results of a correlation coefficient rank spearman 0,854 as much as this shows a very strong correlation between both variables . Of the calculation on the coefficients determination the results of 72,9% ,which means the influence of brand trust to loyalty cargo transport services Pizza Hut of 72,9% and the rest 27,1 % influenced by other variables that aren't pursuing by the writer in this research. Next done the testing of hypotheses by using table distribution t of the calculation on and later retrieved value t count is greater than the table t (16,219 > 1,984) which means H0 were rejected and Ha received which means that *Service Delivery System* significantly have the effect on customer loyalty and hypothesis advanced by writer, namely “*Service Delivery System* have had a positive impact on customer loyalty Pizza Hut branch Dago Bandung”, acceptable.

Keywords : *Service Delivery System, Customer Loyalty, Pizza Hut*

Abstrak. Penelitian ini berjudul “Pengaruh *Service Delivery System* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pizza Hut Cabang Dago Bandung”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui upaya pelaksanaan *Service Delivery System* Pizza Hut, untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai *Service Delivery System* Pizza Hut, untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai loyalitas pelanggan pada Pizza Hut, dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Service Delivery System* terhadap loyalitas pelanggan Pizza Hut . Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Berdasarkan hasil penelitian, tanggapan konsumen mengenai *Service Delivery System* Pizza Hut dapat dikatakan cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari hasil pernyataan responden terhadap tiap-tiap pertanyaan secara keseluruhan rata-rata dari kriteria penilaian yang didapat adalah cukup. Dengan rata-rata keseluruhan yaitu, 3,13 yang berada pada interval 2,60 –3,40 yang menunjukkan nilai *Service Delivery System* yang cukup baik. Berdasarkan hasil penelitian, tanggapan konsumen atas loyalitas pelanggan Pizza Hut secara keseluruhan juga dapat dikatakan cukup, Hal ini dapat dilihat dari hasil rata-rata tanggapan konsumen mengenai loyalitas pelanggan sebesar 3,15. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan terhadap PT. JNE dapat dikatakan cukup karena berada pada interval 2,60 –3,40 dengan kriteria cukup baik. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Service Delivery System* terhadap loyalitas pelanggan Pizza Hut Cabang Dago Bandung, digunakan analisis statistik yang didasarkan pada data-data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner sebanyak 100 responden. Hasil koefisien korelasi rank spearman sebesar 0,854 hal ini menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara kedua variabel. Dari hasil perhitungan koefisien determinasi diperoleh hasil sebesar 72,9%, yang artinya pengaruh *Service Delivery System* terhadap loyalitas pelanggan Pizza Hut sebesar 72,9% dan sisanya 27,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak

diteliti oleh penulis dalam penelitian ini. Selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan tabel distribusi t dari hasil perhitungan dan kemudian diperoleh nilai t hitung lebih besar dari pada tabel t ($16,219 > 1,984$) . yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya adalah bahwa *Service Delivery System* secara signifikan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan dan hipotesis yang diajukan penulis, yaitu “*Service Delivery System* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Pizza Hut Cabang Dago Bandung”, dapat diterima.

Kata Kunci : *Service Delivery System*, Loyalitas Pelanggan, Pizza Hut

A. Pendahuluan

Persaingan bisnis yang dihadapi perusahaan-perusahaan saat ini semakin ketat, sehingga menuntut manajemen perusahaan untuk lebih cermat dalam menentukan strategi bersaingnya, agar dapat memenangkan persaingan yang dihadapi. Persaingan bisnis yang dihadapi perusahaan-perusahaan saat ini semakin ketat, sehingga menuntut manajemen perusahaan untuk lebih cermat dalam menentukan strategi bersaingnya, agar dapat memenangkan persaingan yang dihadapi.

Pemasar pada umumnya menginginkan bahwa pelanggan yang diciptakan dapat dipertahankan selamanya. Ini bukan tugas yang mudah mengingat perubahan-perubahan dapat terjadi setiap saat. Menurut Amin Widjaja (2008:6), *Customer loyalty* adalah kelekatan pelanggan pada suatu merek, toko, pabrik, pemberi jasa, atau entitas lain berdasarkan sikap yang menguntungkan dan tanggapan yang baik seperti pembelian ulang” yaitu keunggulan yang dapat direalisasi melalui upaya-upaya pemasar.

Persaingan dalam sektor jasa juga dialami pada jasa *Franchise*, di mana banyak bermunculan jasa-jasa yang sama di kota Bandung. Jasa Pizza Hut yang berada di daerah Jl. Ir. H.Djuanda No.48, Citarum, Bandung, memiliki layanan *delivery* yaitu layanan untuk para konsumen sehingga dapat bisa membeli makanan tanpa harus ke outlet *fast food* Dengan banyaknya *Franchise* yang menerapkan *Delivery Service* dalam upaya peningkatan pelayanan yang pada tujuan akhirnya dapat meningkatkan pola loyalitas pelanggannya. *Franchise* pun menerapkan *Delivery Service* ini.

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian mengenai seberapa besar “PENGARUH *DELIVERY SERVICE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PIZZA HUT CABANG DAGO BANDUNG”

Adapun tujuan yang hendak dicapai melalui penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Bagaimana pelaksanaan *Service Delivery System* Pizza Hut Dago Bandung.
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai *Service Delivery System* Pizza Hut Dago Bandung.
3. Bagaimana tanggapan pelanggan terhadap Loyalitas konsumen Pizza Hut Dago Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh *Service Delivery System* terhadap Loyalitas Pelanggan Pizza Hut Dago Bandung.

B. Landasan Teori

“Pemasaran adalah suatu proses sosial didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain”.

Konsep pemasaran menegaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan adalah perusahaan tersebut harus menjadi lebih dibandingkan dengan

para pesaing dalam menciptakan, menyerahkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran yang terpilih (Kotler, 2009:59).

Bila ditinjau dari sudut pandang perusahaan, salah satu cara yang efektif dalam melakukan diferensiasi adalah melalui jasa atau pelayanan yang diberikan, karena kunci utama dari penawaran jasa adalah pelayanan, karena cara utama pembedaan sebuah perusahaan jasa dengan perusahaan lainnya adalah dengan memberikan jasa dengan kualitas yang lebih tinggi (*service excellence*) dari pesaing secara konsisten. Hal ini membawa perubahan yang cukup mendasar dalam bisnis utama suatu perusahaan. Untuk mendapatkan hasil yang baik dalam memberikan kepuasan konsumen, perusahaan harus mempunyai suatu *Service Delivery System* atau sistem penyajian yang baik. Menurut Lovelock (2007:60) komponen utama dari *Service Delivery System* terdiri dari :

1. Physical support,
2. Contact personnel,

Pelanggan yang loyal merupakan harta yang paling berharga bagi setiap perusahaan. Menurut Griffin (2005:31) ada beberapa karakteristik dari pelanggan yang loyal, antara lain :

1. Melakukan pembelian berulang secara teratur
2. Membeli antar lini produk dan jasa
3. Mereferensikan kepada orang lain
4. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pengaruh *Service Delivery System* terhadap Loyalitas Pelanggan Pizza Hut Cabang Dago Bandung

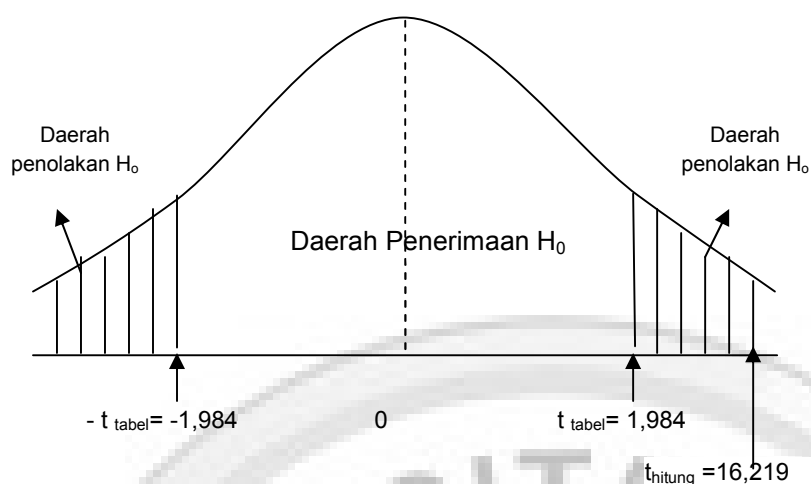
Berikut adalah penelitian mengenai hubungan antara *Service Delivery System* terhadap loyalitas pelanggan, yang diuji menggunakan teknik analisis korelasi Rank Spearman. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel berikut.

Tabel 1. Pengaruh *Service Delivery System* (X) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Variabel	r_s	t_{hitung}	T_{tabel}	Keputusan	Derajat Keeratan	Koefisien Determinasi
X dan Y	0,729	16,219	1.984	H_0 ditolak	Sangat Kuat	72,9%

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2017.

Dengan t_{tabel} didapatkan hasil yaitu $(0.05;100-2) = 1.984$



Gambar 1. Daerah Penolakan Hipotesis

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa besarnya **Pengaruh *Service Delivery System* terhadap Loyalitas Pelanggan Pizza Hut** adalah 0.854. Hubungan ini termasuk kategori sangat kuat/tinggi menurut tabel kriteria Guilford. Hasil pengujian dengan statistik didapat nilai t_{hitung} (16.219) > t_{tabel} (1.984). Hal tersebut mengindikasikan penolakan H_0 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara *Service Delivery System* dengan Loyalitas Pelanggan. Koefisiensi determinasi yang didapat dari hasil perhitungan adalah 72,9%. Hal ini memberikan pengertian bahwa *Service Delivery System* dipengaruhi oleh variabel Loyalitas pelanggan sebesar 72,9%, sedangkan sisanya, 27,1% merupakan kontribusi variabel lain.

Hasil dari penelitian terlihat bahwa setelah responden menggunakan Jasa *Service Delivery System* Pizza Hut, akan timbulnya loyalitas. Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh antara *Service Delivery System* dengan loyalitas pelanggan. Dari hasil kuesioner beberapa responden ada yang menilai *Service Delivery System* Pizza Hut baik, tepat waktu, sesuai dengan pemesanan dan dapat memenuhi harapan konsumen, namun ada juga yang sebaliknya. Karena dengan kualitas pelayanan yang baik salah satunya akan menimbulkan loyalitas pelanggan dimana pelanggan tersebut akan memakai terus produk yang ditawarkan oleh Pizza Hut bahkan kebal dengan permintaan dari perusahaan lain.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan dan analisis data serta pengujian hipotesis terhadap permasalahan mengenai pengaruh *Service Delivery System* terhadap loyalitas pelanggan, maka dapat dijelaskan hasilnya sebagai berikut :

1. Pelaksanaan *Service Delivery System* yang dilakukan oleh Pizza Hut terdiri dari *Physical support* dan *Contact Personel*, telah berjalan dengan cukup baik namun belum optimal.
2. Tanggapan responden mengenai *Service Delivery System* pada Pizza Hut dinilai sudah cukup baik dan tampaknya pelanggan telah memberikan tanggapan yang positif atas *Service Delivery System* pada Pizza Hut.
3. Loyalitas pelanggan pada Pizza Hut diketahui bahwa loyalitas pelanggan telah berada dalam kategori yang cukup loyal, ini diketahui hasil kuesioner yang dimana skor tertinggi terdapat pada indikator kontinuitas pelanggan merekomendasikan menu-menu makanan Pizza Hut dengan menggunakan layanan antar / *delivery service* kepada orang lain.

4. Berdasarkan hasil perhitungan statistik diketahui koefisien korelasi variabel *Service Delivery System* membentuk loyalitas pelanggan berada tingkat pengaruh yang sangat kuat. Berdasarkan analisis regresi linier sederhana, didapat persamaan regresi yang menunjukkan bahwa faktor *Service Delivery System* mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

E. Saran

Saran Teoritis

1. Hendaknya untuk penelitian selanjutnya memperluas kajian *Service Delivery System* terhadap loyalitas pelanggan dengan menambahkan variabel lainnya untuk membuktikan bahwa memang loyalitas pelanggan Pizza Hut baik di segala aspek.
2. Hendaknya penelitian selanjutnya dapat melanjutkan penelitian ini dengan membahas mengenai citra perusahaan, agar dapat mengetahui seberapa besar Citra perusahaan pada Pizza Hut setelah mengetahui bahwa *Service Delivery System* dan Loyalitas Pelanggannya sudah baik.

Saran Praktis

1. Dilihat dari segi bagaimana pelaksanaan *Service Delivery System* Pizza Hut, secara keseluruhan sudah cukup baik, namun sebaiknya Pizza Hut lebih optimal lagi dalam melaksanakan penerapan *Service Delivery System* yang telah dibuat sehingga dapat membuat perusahaan menjadi lebih baik dalam *Service Delivery System*.
2. Dilihat dari segi bagaimana tanggapan responden terhadap *Service Delivery System* Pizza Hut, secara keseluruhan pelanggan menilai cukup baik, namun untuk dapat meningkatkan loyalitas diperlukan perbaikan terhadap seluruh indikator *Service Delivery System* secara bersamaan. Dan sebagai langkah awal Pizza Hut sebaiknya memperbaiki cara Karyawan menggunakan tutur kata yang baik ketika menanyakan pesanan, hal ini terlihat dari skor terkecil ada pada indikator Kesopanan *order taker*.
3. Dilihat dari segi loyalitas pelanggan, walaupun secara keseluruhan masuk dalam kategori cukup baik. Namun dalam pengukuran loyalitas pelanggan diketahui pelanggan masih tertarik pada Layanan antar/*delivery service* dan menu-menu makanan yang ditawarkan *Fast Food* lain dibandingkan Pizza Hut untuk itu perusahaan harus mampu memberikan dan memperhatikan kebutuhan serta keinginan pelanggan.
4. Melihat bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *Service Delivery System* dengan loyalitas pelanggan yang ditunjukkan dalam uji hipotesis, sebaiknya perusahaan mengembangkan dan meningkatkan kualitas pelayanan dan produk yang ditawarkan kepada pelanggannya.

Daftar Pustaka

- Asker, David A., Kumar, V., Day, George S. 2004. Marketing Research, eight edition, John Wiley & Sons, Inc, USA
- Bilson Simamora, 2004. Panduan Riset Perilaku Konsumen, edisi ke 2, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Christopher Lovelock & Lauren K Wright. 2007. Manajemen Pemasaran Jasa, PT. Indeks, Indonesia.

- Griffin, R.W. & Jill, (2005). *Customer loyalty: how to earn it, how to keep it*, New York: Lexington Books.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. & Keller, Kevin Lane. (2009), *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, edisi Ketiga Belas, Alih Bahasa: Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.

