



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI WENDY'S MALL METROPOLITAN
BEKASI**

SKRIPSI

Masykuro Nurul Fatha

1402015094

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JAKARTA
2018



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI WENDY'S MALL METROPOLITAN
BEKASI**

SKRIPSI

Masykuro Nurul Fatha

1402015094

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JAKARTA
2018

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI WENDY’S MALL METROPOLITAN BEKASI”** merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis orang lain, atau sebagian bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA atau perguruan tinggi lainnya.

Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, 21 November 2018
Yang Menyatakan,



(Masykuro Nurul Fatha)
NIM 1402015094

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

JUDUL : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI WENDY'S MALL METROPOLITAN BEKASI**

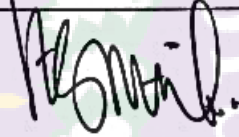
NAMA : **MASYKURO NURUL FATHA**

NIM : **1402015094**

PROGRAM STUDI : **MANAJEMEN**

TAHUN AKADEMIK : **2018**


Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan dalam ujian skripsi :

Pembimbing I	Eti Rochaeti, S.E., M.M	
Pembimbing II	Edi Setiawan, S.E., M.M	

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Prof. DR.HAMKA


Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI WENDY'S MALL METROPOLITAN
BEKASI**

yang disusun oleh :
Masykuro Nurul Fatha
1402015094

Telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata satu
(S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof.
DR. HAMKA

Pada tanggal : 1 Desember 2018

Tim Penguji:
Ketua merangkap anggota

Eti Rochaei, S.E., M.M
Sekretaris, merangkap anggota:

Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M
Anggota:

Adityo Ari Wibowo, S.E., M.M

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR.
HAMKA

Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M

Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Masykuro Nurul Fatha
NIM : 1402015094
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA **Hak Bebas Royalti Non eksklusif** (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI WENDY’S MALL METROPOLITAN BEKASI”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 21 November 2018

Yang menyatakan,

Masykuro Nurul Fatha
NIM 1402015094

ABSTRAKSI

Masykuro Nurul Fatha (1402015094)

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI WENDY'S MALL METROPOLITAN BEKASI

Skripsi, Program Strata satu Program Studi Manajemen Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.2018. jakarta.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan dari 100 responden dan data sekunder yang diperoleh melalui buku-buku atau literature yang berkaitan dengan penelitian ini. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *nonprobability sampling* atau dengan metode *sampling accidental*. Teknik pengolahan data analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis linier berganda, uji asumsi klasik, analisis koefisien korelasi parsial, analisis koefisien korelasi berganda, dan uji hipotesis. Kemudian data di proses menggunakan analisis regresi linier berganda dengan diolah menggunakan SPSS 24.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kemudian secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dan harga berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

ABSTRACT

Masykuro Nurul Fatha (1402015094)

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND PRICE ON CUSTOMER SATISFACTION ON WENDY'S MALL METROPOLITAN BEKASI

Scripta Program study management study Program of management. Faculty of Economics and business of the University of Muhammadiyah, Prof. Dr. HAMKA. 2018. Jakarta.

Keywords: Service Quality, Price, Customer Satisfaction

This research aims to know the influence Service Quality and Price on Customer Satisfaction. The data used in this research is the primary data gathered from 100 respondents and secondary data obtained through books or literature related to this research. The technique of sampling in this research is the *nonprobability sampling* techniques or by *accidental sampling* method. Data analysis data processing techniques used are descriptive analysis, analysis of the multiple linear classic assumption test, analysis of partial correlation coefficient, coefficient of multiple correlation analysis, and test hypotheses. The data is then processed using multiple linear regression with analisis processed using SPSS 24.0. The results of this research show that the service quality and price for simultaneous influence on customer satisfaction. Then partially variable positive effect and service quality effect significantly to the customer satisfaction and the price of significant and influential positive effect against customer satisfaction. The conclusion that can be drawn from this study is that a variable service quality and price to effect positive and significant, partially against the customer satisfaction.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu 'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh.

Puji serta syukur hanya bagi Allah SWT yang Maha Pengasih, Maha Penyayang, dan Maha Pemberi Petunjuk dan kemudahan atas segala sesuatu, sehingga saya mampu menyelesaikan Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Wendy’s Mall Metropolitan Bekasi”. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW sebagai *Uswatun Hasanah* “contoh teladan yang baik”, utusan-Nya yang terakhir, dan menjadi rahmat bagi seluruh alam.

Alhamdulillah, Skripsi ini dapat penulis selesaikan penyusunannya berkat bimbingan, bantuan, serta dorongan dari berbagai pihak. Sehubungan dengan itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat serta ungkapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Suyatno, M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
2. Bapak Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
3. Bapak Zulpahmi, S.E., M. Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
4. Bapak Dr. Sunarta, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

5. Bapak Tohirin, S.H.I., M.Pd.I. selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
6. Bapak Faizal Zamzany, S.E., M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
7. Ibu Eti Rochaeti, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan bimbingan serta arahan demi lancarnya penulisan skripsi ini hingga selesai. Penulis mengucapkan banyak terima kasih, semoga menjadi amal ibadah dan mendapat balasan dari Allah SWT baik di dunia maupun di akhirat.
8. Bapak Edi Setiawan, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan bimbingan serta arahan demi lancarnya penulisan skripsi ini hingga selesai. Penulis mengucapkan banyak terima kasih, semoga menjadi amal ibadah dan mendapat balasan dari Allah SWT baik di dunia maupun di akhirat.
9. Seluruh jajaran Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA yang telah memberikan ilmu, membimbing, dan mengarahkan penulis dalam perkuliahan hingga berakhirnya skripsi ini.
10. Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan do'a, materi, semangat, serta motivasi yang tak terhingga. *Allahummaghfir dzunuba waliwaalidayya warhamhumaa kamaa rabbayanii shagiraa.*
11. Kakak tercinta yang selalu memberi do'a, motivasi, dan semangat demi kelancaran skripsi ini dan kedua adik tercinta yang sedang mengenyam

pendidikan di pondok Tahfidz modern, semoga jalan kalian selalu diberkahi oleh Allah SWT.

12. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis hanya bisa berharap, semoga Allah SWT selalu memberikan perlindungan dan balasan yang lebih dikemudian hari.

Jakarta, 21 November 2018

Masykuro Nurul Fatha

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK AKADEMIS.....	v
ABSTRAK/INTISARI.....	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan.....	5
1.2.1 Identifikasi Masalah	5
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	6
1.2.3 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu	9
2.2 Telaah Pustaka.....	16
2.2.1 Pengertian Manajemen.....	16
2.2.2 Pengertian Pemasaran	17
2.2.3 Manajemen Pemasaran	18
2.2.3.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	18
2.2.4 Kualitas Pelayanan.....	19

2.2.4.1	<i>Pengertian Kualitas Pelayanan</i>	19
2.2.4.2	<i>Dimensi Kualitas Pelayanan</i>	20
2.2.4.3	<i>Unsur-Unsur Kualitas Pelayanan</i>	21
2.2.5	<i>Harga</i>	23
2.2.5.1	<i>Pengertian Harga</i>	23
2.2.5.2	<i>Tujuan Penetapan Harga</i>	24
2.2.5.3	<i>Metode Penerapan Harga</i>	25
2.2.5.4	<i>Dimensi Harga</i>	25
2.2.5.5	<i>Indikator Harga</i>	26
2.2.6	<i>Kepuasan Konsumen</i>	26
2.2.6.1	<i>Pengertian Kepuasan Konsumen</i>	26
2.2.6.2	<i>Manfaat Kepuasan Konsumen</i>	27
2.2.6.3	<i>Dimensi Kepuasan Konsumen</i>	27
2.2.6.4	<i>Indikator Kepuasan Konsumen</i>	28
2.2.6.5	<i>Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen</i>	29
2.2.6.6	<i>Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen</i>	30
2.3	<i>Kerangka Pemikiran Teoritis</i>	31
2.4	<i>Rumusan Hipotesis</i>	33
	<i>BAB III METODE PENELITIAN</i>	36
3.1	<i>Metode Penelitian</i>	36
3.2	<i>Operasionalisasi Variabel</i>	37
3.3	<i>Populasi dan Sampel</i>	40
3.3.1	<i>Populasi</i>	40
3.3.2	<i>Sampel</i>	40
3.4	<i>Teknik Pengumpulan Data</i>	42
3.4.1	<i>Tempat dan Waktu Penelitian</i>	42
3.4.2	<i>Teknik Pengumpulan Data</i>	42
3.5	<i>Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data</i>	43
3.5.1	<i>Analisis Statistik Deskriptif</i>	43
3.5.2	<i>Uji Validitas dan Reabilitas</i>	44
3.5.2.1	<i>Uji Validitas</i>	44

3.5.2.2	<i>Uji Reliabilitas</i>	45
3.5.3	<i>Analisis Regresi</i>	45
3.5.3.1	<i>Model Regresi Linier Berganda</i>	45
3.5.4	<i>Uji Asumsi Klasik</i>	46
3.5.4.1	<i>Uji Normalitas</i>	46
3.5.4.2	<i>Uji Multikolinearitas</i>	46
3.5.4.3	<i>Uji Heteroskedastisitas</i>	47
3.5.4.4	<i>Uji Autokorelasi</i>	48
3.5.5	<i>Uji Hipotesis</i>	49
3.5.5.1	<i>Uji Statistik t</i>	49
3.5.5.2	<i>Uji Statistik f</i>	50
3.5.6	<i>Analisis Koefisien Determinasi</i>	50
3.5.7	<i>Analisis Koefisien Korelasi</i>	52
3.5.7.1	<i>Koefisien Korelasi Berganda</i>	52
3.5.7.2	<i>Koefisien Korelasi Parsial</i>	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		55
4.1	<i>Gambaran Umum Perusahaan</i>	55
4.1.1	<i>Lokasi Penelitian</i>	55
4.1.2	<i>Sejarah singkat Restoran Wendy's</i>	55
4.1.3	<i>Visi dan Misi Perusahaan</i>	56
4.2	<i>Hasil dan Pembahasan</i>	57
4.2.1	<i>Analisis Deskriptif Statistik</i>	57
4.2.1.1	<i>Karakteristik Responden</i>	57
4.2.1.2	<i>Analisis Variabel</i>	60
4.2.1.2.1	<i>Kualitas Pelayanan (X_1)</i>	60
4.2.1.2.2	<i>Harga (X_2)</i>	67
4.2.1.2.3	<i>Kepuasan Konsumen (Y)</i>	72
4.2.2	<i>Uji Validitas dan Reliabilitas</i>	80
4.2.2.1	<i>Uji Validitas</i>	80
4.2.2.2	<i>Uji Reliabilitas</i>	82
4.2.3	<i>Analisis Regresi</i>	82

4.2.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	82
4.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	84
4.2.4.1 Uji Normalitas	84
4.2.4.2 Uji Multikolinieritas	85
4.2.4.3 Uji Heteroskedasitas.....	86
4.2.4.4 Uji Autokorelasi.....	87
4.2.5 Uji Hipotesis	89
4.2.5.1 Uji Statistik t (Parsial).....	89
4.2.5.2 Uji Statistik f (Simultan)	91
4.2.6 Analisis Koefisien Determinasi.....	93
4.2.7 Analisis Koefisien Korelasi.....	94
4.2.7.1 Koefisien Korelasi Berganda (R)	94
4.2.7.2 Koefisien Korelasi Parsial (r)	95
4.3 Interpretasi Hasil Penelitian	96
BAB V PENUTUP	100
5.1 Kesimpulan.....	100
5.2 Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA	105

DAFTAR TABEL

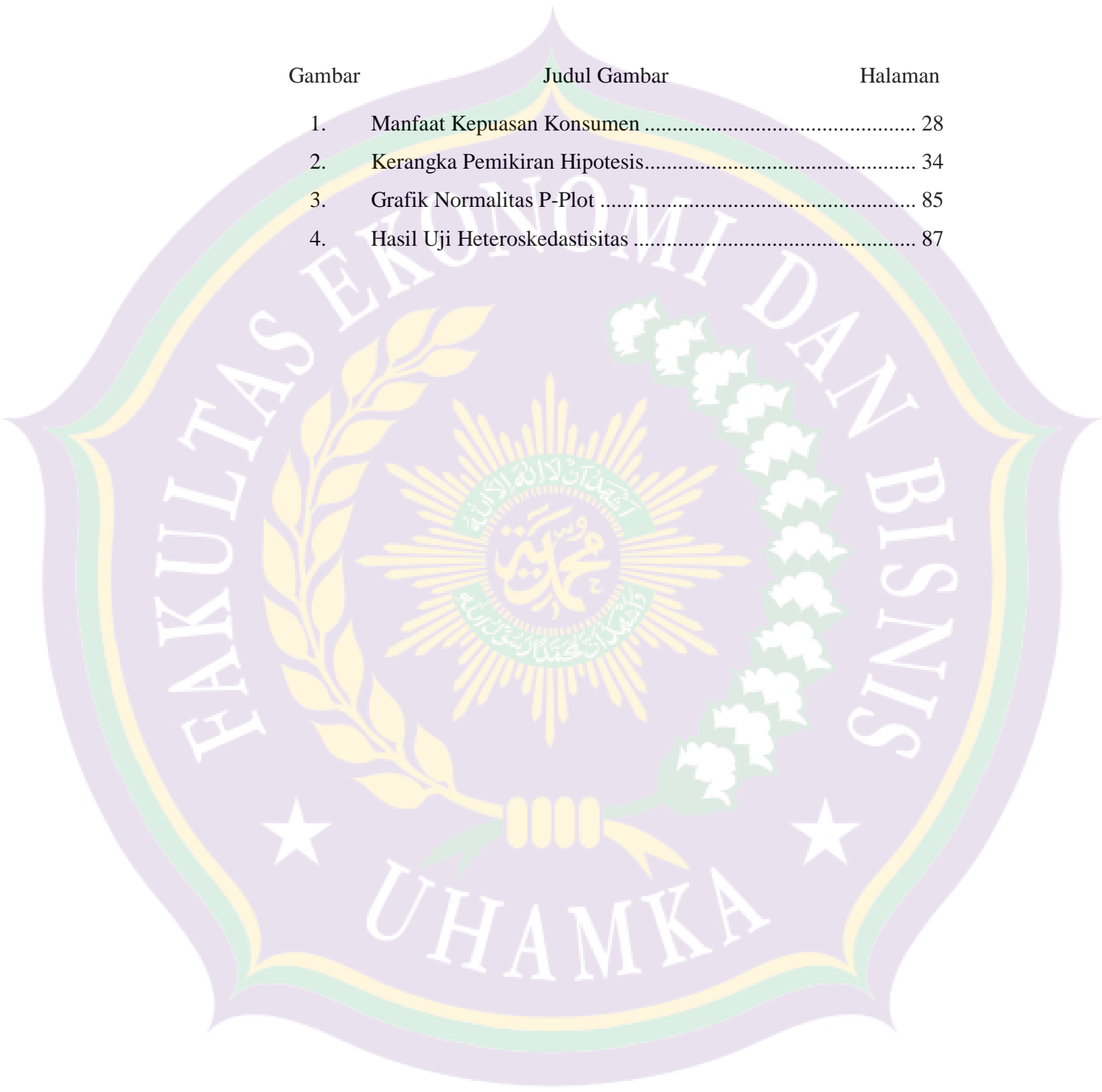
Tabel	Judul Tabel	Halaman
1.	Ringkasan Penelitian Terdahulu	13
2.	Operasional Variabel	37
3.	Bobot Nilai Penggunaan Skala Likert	43
4.	Kriteria Presentase Tanggapan Responden	44
5.	Kriteria Pengujian Autokorelasi	48
6.	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	53
7.	Jenis Kelamin Responden.....	60
8.	Usia Responden	60
9.	Penghasilan Responden	61
10.	Pendidikan Terakhir Responden.....	61
11.	Suasana Restoran Wendy's yang Menyenangkan dan Nyaman.....	62
12.	Fasilitas yang ada Cukup Lengkap dan Berfungsi dengan Baik	63
13.	Karyawan Wendy's Memahami Kebutuhan Konsumen	63
14.	Pelayanan Wendy's yang Tidak Diskriminatif.....	64
15.	Pelayanan Wendy's yang Cepat dan Tepat	65
16.	Karyawan Wendy's Ramah dalam Memberikan Pelayanan kepada Konsumen	65
17.	Karyawan Wendy's Berupaya Mengurangi Kesalahan	66
18.	Makanan dan Minuman yang Dipesan Cepat Tersaji.....	67
19.	Restoran Wendy's Memerhatikan Kenyamanan Konsumen.....	67
20.	Restoran Wendy's Menunjukkan Perilaku yang dapat Dipercaya	68
21.	Indikator Kualitas Pelayanan (X_1).....	69
22.	Harga Produk Wendy's sesuai dengan Kualitas Produk	70
23.	Harga Produk Wendy's sesuai dengan <i>Marketing</i> yang Digunakan	70
24.	Harga Produk Wendy's yang Bervariasi Memudahkan Saya dalam Menentukan Pilihan	71
25.	Harga Produk Wendy's Sebanding dengan Kualitas yang Diinginkan Konsumen	72

26. Harga Produk Wendy's Menyesuaikan dengan Produk Sejenis pada Kompetitor	72
27. Harga Produk Wendy's Bersaing dengan Harga Produk Pesaing	73
28. Indikator Harga (X_2).....	74
29. Saya Memilih Wendy's sebagai Tempat Membeli Makanan <i>Fast Food</i>	75
30. Saya akan Melakukan Pembelian Ulang di Restoran Wendy's	75
31. Wendy's Menjadi Pertimbangan Utama ketika Saya Ingin Membeli Makanan <i>Fast Food</i>	76
32. Saya akan Membeli Produk yang Ditawarkan Wendy's	77
33. Saya akan Merekomendasikan Restoran Wendy's kepada Keluarga dan Teman-teman	77
34. Saya akan Menyampaikan Informasi yang Baik tentang Restoran Wendy's kepada Rekan-rekan	78
35. Saya Merasa Puas terhadap Pelayanan Wendy's sehingga Saya Bersedia Membayar Lebih	79
36. Makanan dan Minuman pada Restoran Wendy's Aman dan Layak Dikonsumsi	79
37. Wendy's Menerima Kritik dan Saran sebagai Bentuk Perbaikan Restoran	80
38. Wendy's Memberi Kesempatan pada Konsumen untuk Memberikan Masukan atau Saran agar selalu Meningkatkan Kualitas Pelayanan	81
39. Indikator Kepuasan Konsumen (Y).....	82
40. Hasil Validitas Variabel X_1	83
41. Hasil Validitas Variabel X_2	84
42. Hasil Validitas Variabel Y	84
43. Hasil Uji Reliabilitas	85
44. Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda	86
45. Hasil Uji Multikolonieritas	88
46. Hasil Uji Autokorelasi	90
47. Pengujian <i>Durbin Watson</i>	91

48. <i>Run Test</i>	91
49. Pengujian Hipotesis Parsial Variabel Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	92
50. Hasil Uji t (parsial)	93
51. Pengujian Hipotesis Parsial Variabel Harga (X_2) terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	93
52. Uji Hipotesis Parsial Harga (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) ..	94
53. Hasil Uji f (simultan)	95
54. Perhitungan Besarnya Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen	96
55. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R_2)	96
56. Uji Koefisien Korelasi	97
57. Analisis Koefisien Korelasi	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul Gambar	Halaman
1.	Manfaat Kepuasan Konsumen	28
2.	Kerangka Pemikiran Hipotesis.....	34
3.	Grafik Normalitas P-Plot	85
4.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	87



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1.	Kuesioner	1/35
2.	Data Kuesioner.....	6/35
3.	<i>Output Data SPSS 24.0</i>	16/35
4.	Tabel r	26/35
5.	Tabel t.....	27/35
6.	Tabel F	28/35
7.	Tabel DW	29/35
8.	Catatatan Konsultasi Pembimbing I.....	30/35
9.	Catatan Konsultasi Pembimbing II	31/35
10.	Pengajuan Perubahan Judul Skripsi	32/35
11.	Pengajuan Persetujuan Judul Skripsi	33/35
12.	Surat Tugas.....	34/35
13.	Daftar Riwayat Hidup	35

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era pasar bebas yang berdampak pada adanya persaingan bagi para pelaku bisnis, sehingga berdampak pada adanya tuntutan bagi setiap manajemen perusahaan untuk lebih cermat dalam menentukan strategi *marketing* agar dapat memenangkan persaingan yang dihadapi. Untuk itu, perusahaan harus lebih dulu mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen secara lebih efisien.

Semakin berkembangnya zaman dan pesatnya kemajuan teknologi sehingga mampu menciptakan masyarakat yang lebih konsumtif dan terciptanya *trend* atau gaya hidup yang baru. Perubahan gaya hidup inilah yang mendasari pola makan masyarakat. Kesibukan dan aktifitas masyarakat yang padat membuat gaya hidup masyarakat lebih memilih mengonsumsi makanan cepat saji (*fast food*) dikarenakan pengolahan dan penyiapannya lebih mudah dan cepat, selain itu untuk mendapatkan dipasaran pun begitu mudah.

Saat ini, masyarakat Indonesia terutama masyarakat perkotaan mulai tertarik dan menyukai *fast food* seperti *hamburger*, *kentucky*, *pizza*, *spaghetti*, dan masih banyak lagi. Ketertarikan ini pada dasarnya disebabkan oleh mobilitas masyarakat perkotaan yang semakin cepat dan menyukai segala sesuatu yang praktis dan didukung dengan padatnya aktivitas keluarga di luar rumah sehingga tidak ada waktu untuk menyiapkan makanan (Mufidah 2015: 158). Perkembangan restoran *fast food* dari tahun ke tahun semakin meningkat. Hal ini ditandai dengan

maraknya kehadiran restoran-restoran yang menyajikan hidangan cepat saji di Indonesia.

Restoran *fast food* ini tentu memiliki kelebihan dan strategi masing-masing yang dapat menarik minat konsumen agar mengonsumsi produk yang mereka tawarkan. Peran manajemen pemasaran bukan lagi hanya membuat strategi untuk mendapatkan konsumen melainkan menjadikan konsumen tersebut loyal kepada perusahaan. Melalui konsumen yang loyal perusahaan bisa mendapatkan konsumen baru. Hal tersebut dikarenakan salah satu perilaku konsumen yang loyal yaitu merekomendasikan perusahaan yang bersangkutan kepada orang lain (Griffin 2014:31).

Pada dasarnya, *fast food* merupakan makanan siap saji yang dikonsumsi secara instan. Makanan siap saji yang dimaksud adalah jenis makanan yang dikemas, mudah disajikan, praktis, atau diolah dengan cara sederhana. Pengertian *fast food* merujuk pada pengolahan dan penyajiannya yang serba cepat. Makanan-makanan yang termasuk ke dalam kelompok *fast food* antara lain: *fried chicken*, *burger*, dan *frozen fast food* seperti *french fries*, *chicken nugget*, *sisis*, dan sebagainya. Biasanya, *fast food* memiliki ciri kandungan kalori yang tidak seimbang, bahkan sering disebut kalori kosong atau tidak bergizi.

Semakin banyaknya restoran *fast food* di Indonesia menyebabkan berubahnya gaya hidup masyarakat menjadi serba instan, praktis, dan cepat. Namun, banyak masyarakat yang tidak memikirkan kesehatan mereka setiap kali mengonsumsi makanan *fast food*. Hal itu disebabkan karena masyarakat tidak mengetahui bahan apa saja yang terkandung di dalam makanan tersebut. Ada beberapa pengertian

tentang makanan cepat saji, diantaranya *fast food*, *junk food*, dan *street food*. Makanan cepat saji seperti *fast food* merupakan makanan cepat saji yang dalam proses memasaknya tidak membutuhkan waktu yang lama, makanan yang tergolong dalam kategori ini diantaranya *fried chicken*, *burger*, *pizza*, mie instan, dan lain-lain. Sedangkan *junk food* biasanya berupa makanan ringan atau *snack* yang terbuat dari kentang-kentang dan umbi-umbian. Sedangkan *street food* adalah makanan atau minuman siap santap yang dijual di jalanan atau penjual keliling atau biasa kita sebut sebagai makanan kaki lima. Contohnya seperti makanan yang dijual di warung tenda, kios, atau *cafe*.

Di Indonesia makanan *fast food* digemari diberbagai kalangan, mulai dari anak-anak, remaja, dewasa, hingga orang tua. Disamping rasanya yang enak, harganya pun terjangkau. Dilihat dari kecepatan dalam penyajian dan pelayanannya, membuat konsumen menjadi loyal untuk melakukan pembelian ulang.

Kualitas pelayanan hal terpenting yang harus diperhatikan, karena hal tersebut akan dipersepsikan oleh konsumen setelah konsumen mengonsumsi barang atau jasa. Persaingan yang semakin ketat menuntut sebuah lembaga penyedia jasa atau layanan untuk selalu memanjakan konsumen dalam memberikan pelayanan yang terbaik. Pelayanan yang baik adalah mengetahui akan keinginan konsumen demi kepuasan yang mereka dapatkan. Pelayanan ini akan mendukung tercapainya tujuan jangka pendek dan jangka panjang perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan evaluasi pelanggan mengenai

keunggulan kinerja layanan yang disediakan oleh perusahaan (Sumaedi & Yarmen, 2015).

Penilaian konsumen pada kualitas pelayanan sebuah perusahaan (restoran) merupakan hal penting sebagai acuan dalam membenahan pelayanan sehingga terciptanya suatu kepuasan konsumen dan menciptakan suatu loyalitas dari konsumen. Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler & Keller, 2015:76). Kepuasan konsumen dapat dilihat dan dirasakan dari produk yang ditawarkan, salah satunya dilihat dari kualitas rasa yang diberikan oleh perusahaan atau restoran *fast food* yang mana sesuai atau tidaknya dengan yang diharapkan konsumen. Jika konsumen puas dengan produk yang ditawarkan, maka akan menjadi keuntungan tersendiri bagi perusahaan. Karena besar kemungkinan konsumen akan menceritakan kembali pengalaman baik buruknya kepada orang lain terkait produk yang telah dibelinya. Maka, apabila perusahaan gagal dalam memuaskan konsumen melalui kualitas produknya, konsumen akan merasa tidak puas dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian yang akan diterima perusahaan karena dampak dari kegagalan dalam memuaskan konsumen. Untuk mengetahui kepuasan konsumen kita dapat melihat dari perilaku konsumen itu sendiri. Perilaku konsumen secara implisit merupakan cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya mereka yang tersedia (waktu, uang, usaha) guna membeli barang-barang yang berhubungan dengan konsumsi (Schiffman & Kanuk, 2015:6).

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. Harga diberikan oleh konsumen (pembeli) untuk mendapatkan suatu produk (Lamb et.al, 2013:268). Harga berperan penting dalam kepuasan konsumen, karena dari penetapan suatu harga akan membantu konsumen dalam melakukan keputusan pembelian pada suatu produk. Keputusan penetapan harga harus dilihat dari keinginan konsumen yang nantinya tertarik dan setia pada produk yang ditawarkan. Jika konsumen menganggap bahwa harga lebih tinggi dari nilai produk, maka konsumen tidak akan membeli produk. Namun, jika konsumen menganggap harga berada di bawah nilai produk, maka konsumen akan membelinya. Dari hal ini dapat dinyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Mengacu pada penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Penelitian sebelumnya pada variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang dilakukan oleh Achmad Shofiyuddin As'ad dan Noermijati (2013) tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di rumah sakit NU Tuban. Hasil penelitian tersebut diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan *tangible*, *responsiveness*, dan *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitian sebelumnya pada variabel harga terhadap kepuasan konsumen dilakukan oleh Hana Ofela dan Sasi Agustin, Imam Santoso, dan Olive Caroline. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah di atas, maka peneliti melakukan sebuah penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Wendy’s Mall Metropolitan Bekasi”**.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan di atas, maka pernyataan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah Kualitas Pelayanan di Wendy’s Mall Metropolitan Bekasi?
2. Bagaimanakah Harga di Wendy’s Mall Metropolitan Bekasi?
3. Bagaimanakah Kepuasan Konsumen di Wendy’s Mall Metropolitan Bekasi?
4. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Wendy’s Mall Metropolitan Bekasi?
5. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Wendy’s Mall Metropolitan Bekasi?
6. Apakah Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Wendy’s Mall Metropolitan Bekasi?

1.2.2 Pembatasan Masalah

Dari identifikasi masalah di atas, maka peneliti membatasi permasalahan ini pada: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Wendy’s Mall Metropolitan Bekasi”**.

1.2.3 Perumusan Masalah

Untuk merumuskan pernyataan penelitian maka masalah dirumuskan sebagai berikut: “Adakah Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Wendy’s Mall Metropolitan Bekasi”.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis Kualitas Pelayanan di Wendy’s Mall Metropolitan Bekasi.
2. Untuk menganalisis Harga di Wendy’s Mall Metropolitan Bekasi.
3. Untuk menganalisis Kepuasan Konsumen di Wendy’s Mall Metropolitan Bekasi.
4. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Wendy’s Mall Metropolitan Bekasi.
5. Untuk menganalisis pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Wendy’s Mall Metropolitan Bekasi.
6. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Wendy’s Mall Metropolitan Bekasi.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi Penulis :
Sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
2. Manfaat bagi Akademik :

Menjadi sumber informasi dan tambahan referensi di lingkungan akademik dan dapat sebagai acuan bagi mahasiswa untuk melakukan penelitian dan pembahasan terhadap permasalahan yang sama di masa yang akan datang.

3. Manfaat bagi Perusahaan :

Sebagai bahan evaluasi mengenai permasalahan dan hambatan terkait strategi *marketing* yang dijalankan oleh perusahaan.



DAFTAR PUSTAKA

- American Marketing Association. (2014). *Perilaku Konsumen dan Implikasi dalam Strategi Pemasaran*. Terjemahan Nugroho Setiadi J. PT Prenada Media. Jakarta.
- As'ad, Achmad Shofiyyuddin. (2013). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. Vol. 11. No. 3. September 2013.
- Barshan, Gholamreza, dkk. (2017). *Impact of Service Quality on Satisfaction, Loyalty, and Intention to Revisit of Sport Customer: The Case Study of Swimming Pool in Alborz Province*. Vol. 7. Issue 2. 2017.
- Basu Swastha Dharmmesta. (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPFE: Yogyakarta.
- Basu Swastha. (2016). *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi 2. Yogyakarta: Penerbit Liberty. Yogyakarta.
- Boyd, Walker, Larreche. (2014). *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Edisi 2 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Caroline, Olive dan Chandra Kuswoyo. (2013). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Hotel Zodiak di Kota Bandung*. Jurnal Manajemen. Vol. 12. No. 2. Mei 2013.
- Charles Lamb, W. Et.al. (2015). *Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Daryanto. (2015). *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa.
- Dharmmesta, Basu Swastha, T. Hani Handoko. (2016). *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama Cetakan Ketiga. BPFE-Yogyakarta, Yogyakarta.
- Fredy, Rangkuti. (2014). *Measuring Customer Satisfaction*. PT Elex Media Computindo.

- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. (2014). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill. (2015). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih bahasa Dr. Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Haryanto, Riyatno. (2016). *Pengaruh Suku Bunga Sertifikat Bank Indonesia dan Nilai Kurs terhadap Resiko Sistematis Saham Perusahaan di BEJ*. Jurnal Keuangan dan Bisnis. Vol. 5. No. 1. Maret. 2016. Hal 24-40.
- Hasibuan, Malayu. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hawkin & Lonney. (2014). *Indikator Kepuasan Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Henry, Simamora. (2016). *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jilid 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Horsu, Emmanuel Nondzor dan Solomon Tawiah Yeboah. (2015). *Influence of Service Quality on Customer Satisfaction: a Study of Minicab Taxi Service in Cape Coast, Ghana*. Vol. III. Issue 5. May 15.
- Husein, Umar. (2014). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Cetakan Kedua. Gramedia. Jakarta: Pustaka Utama.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1 dan 2. Alih Bahasa: Bob Sabran. Erlangga: Jakarta.

- Kotler, Philip. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler & Keller. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2016). *Priinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Kelle. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: PT Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Md. Arifatur Rahman, dkk. (2014). *The Influence of Service Quality and Price on Customer Satisfaction: An Empirical Study on Restaurant Service in Khulna Division*. Vol. 2. No. 2. 2014.
- Mufidah, Nur Lailatul. (2014). *Pola Konsumsi Masyarakat Perkotaan*. Jurnal Unair Biokultur. Vol. 1. No. 2. Juli – Desember. 2014.
- Mursid. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Ketiga. Jakarta: Bumi Aksara.
- Narimawati, dkk. (2015). *Penulisan Karya Ilmiah: Panduan Penulisan Skripsi dan Tugas Akhir*. Jakarta: Penerbit Genesis.
- Nugroho, Ryan. (2013). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk terhadap Kepuasan serta Loyalitas Pelanggan Kentucky Fried Chicken di Tangerang Selatan*.
- Ofela, Hana dan Sasi Agustin (2016). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kebab King Abi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Vol. 5. No. 1. Januari 2016.
- Panjaitan, Januar Efendi. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung*. Fakultas Komunikasi

dan Bisnis Universitas Telkom. *Jurnal Manajemen*. Vol. 11. No. 2. September 2016.

Prof. J. Supranto, M.A, APU. (2015). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Cetakan Keempat. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Rivai, Veithzal. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari Teori ke Praktik*. Murai Kencana, Jakarta.

Stanton, William J. (2014). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.

Saleh, A Muwafik. (2016). *Manajemen Pelayanan*. Pustaka Pelajar. Jakarta.

Sandjojo, Nidjo. (2014). *Metode Analisis Jalur dan Aplikasinya*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.

Santoso, Imam. (2016). *Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen*. Universitas Brawijaya Malang. *Jurnal Manajemen Teknologi*. Vol. 15. No. 1. 2016.

Schiffman & Kanuk. (2015). *Perilaku Konsumen*. Disi Kedua. Jakarta: PT Indeks Gramedia.

Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Administratif*. Bandung: Alfabeta.

Sumaedi, S Bakti, I G M Y, Yarmen M. (2015). *The Empirical Study of Public Transport Passengers Behavioral Intentions: The Roles of Service Quality, Perceived Sacrifice, Perceived Value, and Satisfaction*. Case Study: Paratransit Passengers in Jakarta, Indonesia. *Internasional Journal for Traffic and Transport Engineering*. Vol. 2 . No. 1. Pp. 83 – 97.

Sunarto. (2014). *Pengantar Manajemen*. Bandung: CV Alfabeta.

Terry, George dan Leslie W. Rue. (2013). *Dasar Dasar Manajemen*. Cetakan Kesebelas. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Tjiptono, Fandy. (2016). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.

Tjiptono, Fandy. (2016). *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy, dkk. (2015). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra. (2014). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.

Wibowo, Agung Edy. (2013). *Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian*. Gava Media Yogyakarta.