



**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI PADA RESTORAN WAROENG STEAK AND SHAKE
CABANG MARGONDA DEPOK)**

SKRIPSI

LOLA SHINTA UTAMI

1410111108

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2018**



**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI PADA RESTORAN WAROENG STEAK AND SHAKE
CABANG MARGONDA DEPOK)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**

LOLA SHINTA UTAMI

1410111108

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2018**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama :Lola Shinta Utami

NIM :1410111108

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 25 Juni 2018

Yang Menyatakan



Lola Shinta Utami

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Lola Shinta Utami
NIM. : 1410111108
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen S1
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

**Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Studi Pada
Restoran Waroeng Steak And Shake Cabang Margonda Depok)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 25 Juni 2018

Yang Menyatakan,



Lola Shinta Utami

SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA RESTORAN WAROENG STEAK AND SHAKE CABANG MARGONDA DEPOK)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

LOLA SHINTA UTAMI
1410111108

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal: 25 Juni 2018
Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Tati Handayani, S.E., M.M.
Ketua Penguji

Jenji Gunaedi Argo, S.E., M.M.
Penguji I

Lina Aryani, S.E., M.M.
Penguji II



Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Wahyudi, S.E., M.M.
Ketua Program Studi Manajemen S1

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 25 Juni 2018



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GENAP TA. 2017/2018

Hari ini Senin , tanggal 25 Juni 2018, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : LOLA SHINTA UTAMI

No.Pokok Mahasiswa : 1410111108

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Restoran Waroeng Steak and Shake Cabang Margonda Depok)

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus* /~~*Tidak Lulus*~~ *)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Tati Handayani, SE, MM	Ketua	1.
2	Jenji Gunaedi Argo, SE, MM	Anggota I	2.
3	Lina Ariyani, SE, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 25 Juni 2018
Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprod. Manajemen S.1

Wahyudi, SE, MM

**ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING
CUSTOMER SATISFACTION
(STUDY ON RESTAURANT WAROENG STEAK AND SHAKE BRANCH
MARGONDA DEPOK)**

By

Lola Shinta Utami

Abstract

This research is quantitative which aims to know the effect of product quality, promotion and quality of service to customer satisfaction. The population in this research is the visitor of steak and shake restaurant of Margonda Depok branch. The sample size was taken by 70 respondents, with non probability sampling method, especially purposive sampling. Data collection was done through questionnaires. Analytical technique used is the method of analysis PLS (partial Least Square). The results of this study indicate that (1) product quality has no significant negative effect on customer satisfaction. (2) promotion has a significant positive effect on customer satisfaction. (3) service quality has a significant positive effect on customer satisfaction.

Keywords: *Product Quality, Promotion and Quality of Service, and Customer Satisfaction.*

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI PADA RESTORAN WAROENG STEAK AND SHAKE CABANG
MARGONDA DEPOK)**

Oleh

Lola Shinta Utami

Abstrak

Penelitian ini merupakan kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, promosi dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah para pengunjung restoran waroeng steak and shake cabang Margonda Depok. Ukuran sampel diambil sebanyak 70 orang responden, dengan metode *non probability sampling* khususnya *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (*partial Least Square*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas produk tidak berpengaruh signifikan negatif terhadap kepuasan pelanggan. (2) promosi berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan. (3) kualitas layanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : Kualitas Produk, Promosi dan Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan.

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW atas segala karunia, rahmat serta hidayah-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil dijalankan. Judul yang dipilih dalam skripsi ini adalah **“Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Waroeng Steak and Shake Cabang Margonda Depok)”**. Terima kasih penulis ucapkan kepada Bapak Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Ibu Lina Aryani, S.E., M.M. sebagai dosen pembimbing I dan Bapak Dr. Faisal Marzuki, M. Pd., selaku dosen pembimbing II, Bapak Wahyudi, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, Dr. Miguna Astuti, S.Si., M.M selaku dosen pembimbing akademik, serta dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah banyak memberikan kesempatan, arahan dan saran yang sangat bermanfaat bagi penulis.

Di samping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Bapak L.Riyanto dan Ibu Suminah selaku kedua orang tua tercinta, Satriya A.D selaku kakak tercinta dan M.Fajar.A selaku adik tercinta, yang tidak henti-hentinya memberikan penulis semangat dan doa dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada tim tercinta Annisa K, Yunita A, Arif H, Putri P, dan Syabhan P yang telah membantu dan juga ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada para sahabat Rani A, Dini O, Agni, Maman, Acil, *Ex-Fams*, Hana, Jagung, Onya, Noni, Pei, Della, Geboy yang selalu memberikan semangat, dan teman-teman S1 Manajemen 2014 yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat penulis.

Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat.

Jakarta, 25 Juni 2018

Lola Shinta Utami

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
ABSTARCT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Perumusan Masalah.....	5
I.3 Tujuan Penelitian.....	6
I.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, MODEL PENELITIAN, DAN	
HIPOTESIS	7
II.1 Landasan Teori	7
II.1.1 Definisi Pemasaran	7
II.1.2 Perilaku Konsumen	7
II.1.2.1 Faktor-faktor perilaku konsumen	8
II.1.3 Kepuasan Pelanggan.....	9
II.1.3.1 Definisi Kepuasan Pelanggan.....	9
II.1.3.2 Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	10
II.1.3.3 Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan	12
II.1.4 Produk.....	13
II.1.4.1 Definisi produk.....	13
II.1.4.2 Strategi Produk	13
II.1.5 Kualitas Produk	14
II.1.5.1 Definisi Kualitas Produk	14
II.1.5.2 Dimensi Kualitas Produk.....	15
II.1.5.3 Desain Produk	17
II.1.5.4 Kegagalan Produk	18
II.1.5.5 Kesuksesan Produk.....	19
II.1.6 Promosi.....	19
II.1.6.1 Pengertian Promosi.....	19
II.1.6.2 Tujuan Strategi Promosi	20
II.1.6.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi bauran promosi	21
II.1.6.4 Bauran Promosi	21
II.1.7 Definisi Penjualan Perseorang.....	23

II.1.7.1	Tujuan Penjualan Perseorang	23
II.1.7.2	Masalah-masalah yang sering dihadapi Penjualan Perseorang	23
II.1.8	Definisi Promosi Penjualan	24
II.1.8.1	Faktor Yang Dipertimbangkan Untuk Melaksanakan Promosi Penjualan	24
II.1.8.2	Tujuan Strategi Promosi Penjualan	25
II.1.9	Jasa	26
II.1.9.1	Definisi Jasa.....	26
II.1.9.2	Karakteristik Jasa.....	27
II.1.9.3	Klasifikasi Jasa	27
II.1.9.4	Faktor-Faktor Yang Menjadi Kunci Sukses Jasa	29
II.1.10	Kualitas Pelayanan	29
II.1.10.1	Definisi Kualitas Pelayanan.....	29
II.1.10.2	Dimensi Kualitas Layanan.....	29
II.2	Kerangka Pemikiran	31
II.3	Pengembangan Hipotesis.....	32
II.3.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	32
II.3.2	Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan	33
II.3.3	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	33
BAB III	METODE PENELITIAN	34
III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	34
III.1.1	Definisi Operasional	34
III.2	Populasi dan Sampel.....	35
III.2.1	Populasi	35
III.2.2	Sampel	36
III.3	Metode Pengumpulan Data	36
III.3.1	Jenis Data.....	36
III.3.2	Sumber Data	36
III.3.3	Pengumpulan Data.....	37
III.4	Analisis Data	38
III.4.1	Teknik Analisis Data	38
III.4.1.1	Cara Kerja Partial Least Square (PLS)	39
III.4.1.2	Langkah-Langkah PLS	40
III.4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	40
III.4.3	Uji Hipotesis	41
III.4.3.1	Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	41
III.4.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	41
III.5	Kerangka Model Penelitian	42
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	43
IV.1	Deskripsi Objek Penelitian	43
IV.1.1	Sejarah waroeng steak and shake	43
IV.1.2	Deskripsi Data Penelitian	44
IV.1.2.1	Deskripsi Data Responden	44
IV.1.2.2	Analisis Data Deskriptif	46
IV.1.3	Analisis Data dan Uji Hipotesis	49
IV.1.3.1	Uji Validitas dan Uji Reabilitas PLS	49

IV.1.3.2	Model Pengukuran (outer model).....	49
IV.1.3.3	Uji Validitas Konvergen.....	51
IV.1.3.4	Uji Validitas Diskriminan.....	52
IV.1.3.5	Uji Reliabilitas PLS	52
IV.1.3.6	Model Struktural (Inner Model)	53
IV.1.3.7	R Square	53
IV.1.3.8	Q Square	53
IV.1.3.9	Uji Statistik.....	54
IV.2	Pembahasan	56
IV.2.1	Hubungan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Pelanggan.....	56
IV.2.2	Hubungan Promosi Dengan Kepuasan Pelanggan	57
IV.2.3	Hubungan Kualitas Layanan Dengan Kepuasan Pelanggan.....	57
IV.3	Keterbatasan Penelitian	58
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	59
V.1	Simpulan.....	59
V.2	Saran	60
DAFTAR PUSTAKA		61
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Top Brand Index Restoran Steak 2015-2017	4
Tabel 2.	Pengukuran Variabel	35
Tabel 3.	Skala Likert	38
Tabel 4.	Kisi-Kisi Instrumen	38
Tabel 5.	Tingkat Reabilitas Berdasarkan Nilai Alpha Cronbach	41
Tabel 6.	karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	45
Tabel 7.	karakteristik Responden Menurut Jenis Pekerjaan	45
Tabel 8.	Hasil Jawaban Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan.....	46
Tabel 9.	Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk	47
Tabel 10.	Hasil Jawaban Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi ...	48
Tabel 11.	Hasil Jawaban Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan	48
Tabel 12.	Outer Model Loading Factor	51
Tabel 13.	Average Variance Extracted (AVE)	52
Tabel 14.	Cronbach's Alpha	52
Tabel 16.	Nilai R Square	53
Tabel 17.	Hasil Uji t-Statistik	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Pendapatan	2
Gambar 2. Konsep Kepuasan Pelanggan	10
Gambar 3. Kerangka Pemikiran	32
Gambar 4. Langkah-langkah Analisis PLS	40
Gambar 5. Kerangka Model Penelitian	42
Gambar 6. Nilai Loading Factor Outer Model	50
Gambar 7. Inner Model	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Hasil Penelitian Terdahulu
Lampiran 2	Matriks Penelitian
Lampiran 3	Kuesioner
Lampiran 4	Data Kuesioner 70 Responden
Lampiran 5	Deskripsi Data Responden
Lampiran 6	Deskripsi Data Interpretasi
Lampiran 7	Hasil <i>Output Outer</i> Model 1 PLS
Lampiran 8	Hasil <i>Output</i> Model PLS
Lampiran 9	R Tabel dan Tabel
Lampiran 10	Surat Riset