

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *PRODUCT QUALITY*
DAN *PRICE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION*
DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA KONSUMEN DI
*RESTAURANT BONCAFE SURABAYA***



**OLEH:
BRIGITTA FELICIA
3103015044**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2018**

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *PRODUCT QUALITY* DAN *PRICE*
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA
KONSUMEN DI *RESTAURANT BONCAFE* SURABAYA**

**SKRIPSI
diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen**

**OLEH:
BRIGITTA FELICIA
3103015044**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2018**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *PRODUCT QUALITY*
DAN *PRICE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION*
DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA KONSUMEN DI
RESTAURANT BONCAFE SURABAYA

Oleh:
BRIGITTA FELICIA
3103015044

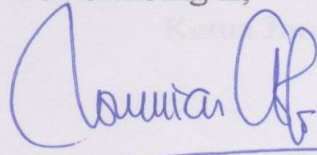
Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Tuty Lindawati, SE., MM.
Tanggal: 11-1-2019

Pembimbing II,



Monica Ajeng Erwita, S.Sos., MM.
Tanggal: 9/1/2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Brigitta Felicia NRP 3103015044

Telah diuji pada tanggal 25 Januari 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji



Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM.

Nik. 311.89.0152

Mengetahui:



Dekan,
Dr. Lodovicus Lasdi, MM, Ak., CA., CPAI
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan



Robertus Sigit H.L, SE., M.sc
NIK. 311.11.0678

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Brigitta Felicia

NRP : 3103015044

Judul Skripsi : Pengaruh *Service Quality*, *Product Quality* dan *Price* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* pada Konsumen di *Restaurant Boncafe* Surabaya

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 14 Januari 2019

Yang menyatakan



Brigitta Felicia

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus yang maha pengasih dan penyayang, karena atas berkat dan rahmatnya saya dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Pengaruh *Service Quality*, *Product Quality*, dan *Price* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* pada konsumen di *Restaurant Boncafe Surabaya*”. Tugas akhir ini telah saya susun dengan maksimal dan banyak mendapat dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., AK., CA., CPAI selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H.L, SE., M.Sc selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan selaku dosen wali yang telah membimbing saya selama menempuh kuliah.
3. Ibu Dr. Tuty Lindawati, SE., MM selaku dosen pembimbing I yang telah membimbing dengan sabar, membantu memberikan masukan dan mengarahkan saya sejak awal pembuatan tugas akhir hingga selesai.
4. Ibu Monica Ajeng Erwita, S.Sos., MM selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing dengan sabar, membantu memberikan masukan dan mengarahkan saya sejak awal pembuatan tugas akhir hingga selesai.
5. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Bisnis yang telah mengajar dan membimbing saya selama ini.
6. Orang tua dan keluarga besar (Papi, Mami, Ce Merta, Ce Dita, Ko Jemmy) yang selalu memberikan semangat dan mendoakan saya hingga dapat menyelesaikan studi selama ini.
7. Teman-teman ormawa, khususnya BEM-FB yang telah memberikan pengalaman serta kenangan yang tak terlupakan selama dua periode.

8. Teman-teman *gentlegirls* (Dewi, Chita, Avin, Kevin, Joshua, Rahmat, Chrisnady dan Reinhad) yang selalu mendukung dari awal semester hingga akhir semester.
9. Teman-teman seperjuangan (Firly, Beatrice, Vero, Hanna, Donny, July) yang telah memotivasi dan memberikan dukungan hingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Seluruh responden penelitian yang telah menyempatkan waktu dalam pengisian kuesioner.
11. Seluruh pihak yang berkepentingan yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu, terima kasih atas doa dan dukungannya selama ini.

Saya menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna, mengingat keterbatasan waktu, tenaga, pikiran dan kemampuan yang saya miliki. oleh sebab itu saya berharap agar para pembaca dapat memberikan kritik dan masukan-masukan yang bersifat membangun. Akhir kata dengan segala kerendahan hati, semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi kepentingan masyarakat dan khususnya bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Surabaya, 22 Desember 2018

Brigitta Felicia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT.....	xiv
 BAB 1 PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5. Sistematika Penulisan	6
 BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	 7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 <i>Service Quality</i>	7
2.1.2 <i>Product Quality</i>	8
2.1.3 <i>Price</i>	8
2.1.4 <i>Customer Satisfaction</i>	8
2.1.5 <i>Customer Loyalty</i>	9
2.2 Penelitian Terdahulu	9
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	11
2.3.1 <i>Service Quality</i> berpengaruh terhadap <i>Customer</i> <i>Satisfaction</i>	11
2.3.2 <i>Product Quality</i> berpengaruh terhadap <i>Customer</i> <i>Satisfaction</i>	11
2.3.3 <i>Price</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	12
2.3.4 <i>Customer Satisfaction</i> berpengaruh terhadap <i>Customer</i> <i>Loyalty</i>	13
2.4 Model Penelitian	14
 BAB 3 METODE PENELITIAN.....	 16
3.1 Desain Penelitian	16
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel	16
3.2.1 Identifikasi Variabel	16
3.2.2 Definisi Operasional Variabel	16

3.2.3 Pengukuran Variabel	18
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	19
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	19
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	20
3.6 Analisis Data.....	21
3.6.1 Uji Normalitas Data.....	21
3.6.2 Uji Kecocokan Model	22
3.6.3 Uji Validitas	24
3.6.4 Uji Reliabilitas.....	24
3.6.5 Uji kecocokan Model Struktural	25
3.6.6 Uji Hipotesis.....	25
 BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	 26
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	26
4.1.1 Pernah berkunjung dan membeli menu <i>steak</i> yang ditawarkan di <i>restaurant</i> Boncafe Surabaya	26
4.1.2 Pernah berkunjung dan membeli menu <i>steak</i> yang ditawarkan di <i>restaurant</i> pesaing yang sejenis dengan Boncafe Surabaya.....	27
4.1.3 Jenis kelamin	27
4.1.4 Usia.....	28
4.1.5 Jenis Pekerjaan	28
4.2 Deskripsi Data.....	29
4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i>	30
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel <i>Product Quality</i>	31
4.2.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Price</i>	32
4.2.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	32
4.2.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	33
4.3 Hasil Analisis Data	34
4.3.1 Uji Normalitas	34
4.3.2 Uji Kecocokan Model Keseluruhan	36
4.3.3 Uji Validitas	36
4.3.4 Uji Reliabilitas.....	37
4.3.5 Uji Kecocokan Model Struktural	41
4.3.6 Uji Hipotesis.....	42
4.4 Pembahasan	43
4.4.1 <i>Service Quality</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada konsumen di Restaurant Boncafe Surabaya.....	43
4.4.2 <i>Product Quality</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada konsumen di Restaurant Boncafe Surabaya.....	44
4.4.3 <i>Price</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada konsumen di Restaurant Boncafe Surabaya	45

4.4.4 <i>Customer Satisfaction</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Customer Loyalty</i> pada konsumen di Restaurant Boncafe Surabaya	46
BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN	48
5.1 Simpulan	48
5.2 Keterbatasan.....	49
5.3 Saran	49
5.3.1 Saran Akademis.....	49
5.3.2 Saran Praktis.....	50
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah rumah makan di Surabaya.....	1
Tabel 2.1 Perbandingan penelitian terdahulu dan penelitian sekarang.....	10
Tabel 3.1 Klasifikasi Variabel, Dimensi dan Indikator.....	17
Tabel 3.2 Uji Kecocokan Seluruh Model.....	24
Tabel 4.1 Pernah berkunjung dan membeli menu Steak yang ditawarkan di restaurant Boncafe Surabaya.....	26
Tabel 4.2 Pernah berkunjung dan membeli menu Steak yang ditawarkan di restaurant pesaing yang sejenis dengan Boncafe Surabaya.....	27
Tabel 4.3 Jenis Kelamin.....	27
Tabel 4.4 Usia.....	28
Tabel 4.5 Pekerjaan.....	28
Tabel 4.6 Interval rata-rata skor.....	29
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i> (SQ).....	30
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Product Quality</i> (PQ).....	31
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Price</i> (P).....	32
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (CS).....	33
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i> (CL).....	33
Tabel 4.12 <i>Test of Univariate Normality for Continous Variables</i>	34
Tabel 4.13 <i>Test of Multivariate Normality for Continous Variables</i>	35
Tabel 4.14 Evaluasi Model Keseluruhan.....	36
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas.....	37
Tabel 4.16 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> Variabel <i>Service Quality</i>	38
Tabel 4.17 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> Variabel <i>Product Quality</i>	39
Tabel 4.18 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> Variabel <i>Price</i>	39
Tabel 4.19 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	40
Tabel 4.20 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> Variabel <i>Customer Loyalty</i>	41
Tabel 4.21 Pengujian Hipotesis.....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 The Best Western Restaurant 2017 oleh Jawa Pos Culinary	2
Gambar 1.2 The Best Western Restaurant 2018 oleh Jawa Pos Culinary	3
Gambar 2.4 Model Penelitian	14

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Jawaban Responden
- Lampiran 3. Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Uji Normalitas
- Lampiran 5. Hasil Uji Data
- Lampiran 6. Gambar *T-Value*
- Lampiran 7. Gambar *Standardized Solution*
- Lampiran 8. Gambar *Estimate*

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan zaman semakin banyak bisnis baru yang bermunculan. Salah satu bisnis yang sedang ramai dilakukan oleh masyarakat adalah di bidang industri rumah makan. Persaingan dalam industri tersebut telah menjamur diberbagai ibu kota. Semakin ketatnya persaingan tersebut, menuntut para pelaku bisnis untuk selalu berinovasi agar tidak kalah dalam bersaing. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *service quality*, *product quality*, dan *price* terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty* pada konsumen di *Restaurant Boncafe Surabaya*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*. Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah pernah mengunjungi dan membeli menu *steak* yang ditawarkan di *restaurant Boncafe Surabaya* dan pesaing yang sejenis dalam 1 (satu) tahun terakhir, dan berusia minimal 17 tahun. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 160 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Model* (SEM). Teknik pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala Likert lima poin. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa: (1) *Service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*; (2) *Product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*; (3) *Price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*; (4) *Customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* pada konsumen di *Restaurant Boncafe Surabaya*. Diharapkan *Restaurant Boncafe* dapat menyediakan *valet parking*, memperhatikan proses penyimpanan bahan baku yang dapat mempengaruhi cita rasa produknya, memperbesar porsi Steak yang disajikan, serta memberikan promosi untuk kalangan mahasiswa/pelajar dengan identitas (kartu) mahasiswa/pelajar, agar lebih meningkatkan kepuasan konsumen.

Kata kunci: *Service Quality*, *Product Quality*, *Price*, *Customer Satisfaction*, dan *Customer Loyalty*

The Effect of Service Quality, Product Quality, and Price Through Customer Satisfaction and Customer Loyalty to Customers at Boncafe Restaurant Surabaya

ABSTRACT

In this era, more new businesses are emerging. One of them is the restaurant industry. Competition in this industry is already in many cities. the owner of restaurant has to make a good strategy in order to survive in this industry, because the competition in restaurant industry is so tight. The purpose of this research is to analyze the effect of Service quality, product quality, and price to customer satisfaction and customer loyalty to customers at Boncafe Restaurant Surabaya. The sampling technique used is non probability sampling. The characteristics of the respondents in this study were visiting and buying steak menus offered at Boncafe Surabaya restaurants and similar competitors in the last 1 (one) year, and at least 17 years old. The sample used in this study was 160 respondents. The data analysis technique used is Structural Equation Model (SEM). The assessment technique used in this study used a five-point Likert scale. The results of this study prove that: (1) Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction; (2) Product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction; (3) Price has a positive and significant effect on customer satisfaction; (4) Customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty to consumers at Boncafe Restaurant Surabaya. For future, Restaurant Boncafe can provide valet parking, pay attention to the process of storing raw materials that can affect the taste of its products, enlarge the portion of Steak served, and provide promotions for students with students' identities, to further increase consumer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Price, Customer Satisfaction, and Customer loyalty