

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK, DAN HARGA**

**TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HIMEC CAFE**

**SURABAYA**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**ANDRIYANTO**  
**NPM. 1542010080**

**KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

**SURABAYA**

**2019**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK, DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HMEC CAFE  
SURABAYA**

**Disusun Oleh :**

**ANDRIYANTO**  
**1542010080**

**Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi**

**Menyetujui,  
PEMBIMBING**



**Dra. Siti Ning Farida, M.Si**  
**NIP. 196407291990032001**

**Mengetahui,**

**DEKAN**



**Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS. CHRA**  
**NIP. 195907011987031001**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK, DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HMEC CAFE**

**SURABAYA**

Oleh :

**ANDRIYANTO**  
**1542010080**

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada tanggal 12 April 2019

Menyetujui,

**PEMBIMBING**



**Dra. Siti Ning Farida, M.Si**  
**NIP. 196407291990032001**

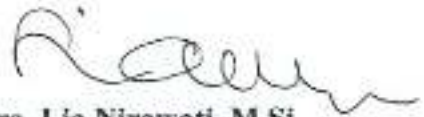
**TIM PENGUJI**

1. Ketua



**Dra. Hj. Suparwati, M.Si**  
**NIP. 195507181983022001**

2. Sekretaris



**Dra. Lia Nirawati, M.Si**  
**NIP. 196009241993032001**

3. Anggota



**Dra. Siti Ning Farida, M.Si**  
**NIP. 196407291990032001**

Mengetahui,



**Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA**  
**NIP. 195907011987031001**

## ABSTRAK

### **ANDRIYANTO, 1542010080, PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HIMEC CAFE SURABAYA**

Himec Cafe Surabaya merupakan salah satu jenis cafeteria di Surabaya. Himec Cafe Surabaya selalu bergerak untuk terus berinovasi dalam menciptakan produk-produk yang selalu di perbarui. Himec Cafe Surabaya menawarkan berbagai macam menu makanan dan minuman, ciri khas dari cafe ini adalah makanan-makanan jepang. Dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen salah satu cara yang dilakukan Himec Cafe Surabaya yaitu dengan memberikan kualitas pelayanan, menawarkan beragam variasi produk, dan menetapkan harga yang tujuannya untuk memenuhi kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Himec Cafe Surabaya.

Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli dan mengkonsumsi atau menggunakan produk pada Himec Cafe Surabaya sebanyak 100 responden. Jenis data yang digunakan yaitu data primer. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan memberikan kuisioner pada konsumen Himec Cafe Surabaya, dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan, poduk, dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Himec Cafe Surabaya, karena nilai  $F_{hitung} 41,802 > F_{tabel} 2,70$ . Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Himec Cafe Surabaya, karena nilai  $t_{hitung} 4,632 > t_{tabel} 1,985$ , kemudian secara parsial produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Himec Cafe Surabaya, karena nilai  $t_{hitung} 0,181 < t_{tabel} 1,985$ , dan secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Himec Cafe Surabaya, karena nilai  $t_{hitung} 5,460 > t_{tabel} 1,985$ .

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen**

## **ABSTRACTION**

### **ANDRIYANTO, 1542010080, THE EFFECT OF QUALITY OF SERVICES, PRODUCTS, AND PRICES ON CUSTOMER SATISFACTION IN HIMEC CAFE SURABAYA**

*Himec Cafe Surabaya is a type of cafeteria in Surabaya. Himec Cafe Surabaya is always moving to keep innovating in creating products that are always updated. Himec Cafe Surabaya offers a variety of food and beverage menus, the hallmark of this cafe is Japanese food. In an effort to meet customer satisfaction, one of the ways done by Himec Cafe Surabaya is to provide quality service, offer a variety of products, and set prices that aim to meet customer satisfaction. This study aims to analyze the variables that affect consumer satisfaction at Himec Cafe Surabaya.*

*The population and sample in this study were consumers who bought and consumed or used products at Himec Café Surabaya as many as 100 respondents. The type of data used is primary data. The data collection technique was done by giving questionnaires to Himec Cafe Surabaya consumers, using Purposive Sampling techniques. Analysis of the data used is multiple linear regression analysis.*

*The results of this study indicate that simultaneously service quality, product, and price significantly influence consumer satisfaction at Himec Cafe Surabaya, because the calculated  $F_{value}$  is  $41.802 > F_{table} 2.70$ . Partially service quality has a significant effect on customer satisfaction at Himec Cafe Surabaya, because the value of  $t_{count}$   $4.632 > t_{table} 1.985$ , then partially the product does not significantly influence customer satisfaction at Himec Cafe Surabaya, because the value of  $t_{count}$  is  $0.181 < t_{table} 1.985$ , and partially the price has a significant effect on consumer satisfaction at Himec Cafe Surabaya, because the value of  $t_{count}$   $5.460 > t_{table} 1.985$ .*

**Keywords : Service Quality, Products, Prices, and Consumer Satisfaction**

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Himec Cafe Surabaya”**.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat serta motivasi kepada penulis. Dan penulis juga banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik itu berupa moril, spiritual, maupun materiil, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS. CHRA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu Dosen Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Hadi Wiyono yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk melaksanakan penelitian skripsi pada Himec Cafe Surabaya.
5. Kedua orang tua yang selalu memberi dukungan dan semangat secara jasmani maupun rohani kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Seluruh pihak dan semua teman-teman yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Akhirnya, dengan segala keterbatasan yang penulis miliki semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak pada umumnya dan bagi penulis pada khususnya.

Surabaya, April 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1,3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis .....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>12</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	12
2.2 Landasan Teori.....	15
2.2.1 Pemasaran .....	15
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	15
2.2.1.2 Konsep Pemasaran .....	17
2.2.1.3 Manajemen Pemasaran.....	20



2.2.1.4 Strategi Pemasaran .....	21
2.2.2 Bauran Pemasaran.....	25
2.2.3 Kualitas Pelayanan.....	28
2.2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan .....	28
2.2.3.2 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	29
2.2.3.3 Tujuan Kualitas Pelayanan .....	31
2.2.3.4 Unsur-Unsur Kualitas Pelayanan .....	32
2.2.3.5 Faktor-faktor Pendukung Kualitas Pelayanan.....	34
2.2.4 Produk.....	36
2.2.4.1 Pengertian Produk .....	36
2.2.4.2 Klasifikasi Produk .....	37
2.2.4.3 Kualitas Produk .....	43
2.2.4.4 Atribut Produk.....	45
2.2.5 Harga.....	46
2.2.5.1 Pengertian Harga .....	46
2.2.5.2 Strategi Penetapan Harga .....	48
2.2.5.3 Tujuan Penetapan Harga .....	49
2.2.5.4 Indikator Harga.....	52
2.2.5.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Harga .....	52
2.2.6 Perilaku Konsumen.....	53
2.2.6.1 Pengertian Perilaku Konsumen .....	53
2.2.6.2 Karakteristik Perilaku Konsumen .....	54
2.2.7 Kepuasan Konsumen .....	56

2.2.7.1	Pengertian Kepuasan Konsumen.....	56
2.2.7.2	Manfaat Kepuasan Konsumen.....	57
2.2.7.3	Pengukuran kepuasan Konsumen.....	58
2.2.7.4	Tujuan Pengukuran Kepuasan Konsumen .....	59
2.2.7.5	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	60
2.2.8	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	62
2.2.8.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	62
2.2.8.2	Pengaruh Produk Terhadap Kepuasan Konsumen .....	63
2.2.8.3	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	64
2.3	Kerangka Berpikir.....	64
2.4	Hipotesis .....	67
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>68</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	68
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	68
3.2.1	Definisi Operasional Variabel .....	68
3.2.2	Pengukuran Variabel.....	71
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	71
3.3.1	Populasi.....	71
3.3.2	Sampel .....	72
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel .....	73

3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	73
3.4.1 Jenis Data.....	74
3.4.2 Sumber Data .....	74
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	74
3.5 Uji Kualitas Data.....	74
3.5.1 Uji Validitas .....	74
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	76
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	76
3.5.3.1 Uji Normalitas .....	77
3.5.3.2 Uji Multikolinieritas .....	78
3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	79
3.5.3.4 Uji Autokorelasi .....	79
3.6 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	80
3.6.1 Teknik Analisis Data .....	80
3.6.1.1 Teknik Analisis Regresi Linier Berganda .....	81
3.6.2 Pengujian Hipotesis .....	82
3.6.2.1 Pengujian Secara Simultan (Uji F).....	82
3.6.2.2 Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	84
3.6.2.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	86
3.7 Waktu Penelitian.....	86
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>87</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian dan Penyajian Data.....	87
4.1.1 Gambaran Umum Himec Cafe Surabaya.....	87

4.1.2 Struktur Organisasi .....	88
4.1.3 Penyajian Data .....	89
4.1.3.1 Deskripsi Karakteristik Responden .....	89
4.1.3.2 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) .....	91
4.1.3.3 Deskripsi Variabel Produk ( $X_2$ ) .....	93
4.1.3.4 Deskripsi Variabel Harga ( $X_3$ ) .....	95
4.1.3.5 Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen (Y) .....	97
4.2. Uji Kualitas Data.....	100
4.2.1 Uji Validitas .....	100
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	103
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	103
4.2.3.1 Uji Normalitas (Kenormalan Nilai Residu).....	103
4.2.3.2 Uji Multikolinieritas .....	105
4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	106
4.2.3.4 Uji Autokorelasi .....	107
4.3 Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	108
4.3.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	108
4.3.2 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F) .....	110
4.3.3 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	113
4.3.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	118
4.4 Pembahasan.....	118
4.4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, dan Harga Secara Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Himec Cafe Surabaya...	118

4.4.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Himec Cafe Surabaya.....	120
4.4.3 Pengaruh Produk Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Himec Cafe Surabaya .....	122
4.4.4 Pengaruh Harga Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Himec Cafe Surabaya .....	123
4.5 Perbandingan Hasil Penelitian .....	125
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>127</b>
5.1 Kesimpulan .....	127
5.2 Saran .....	128

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Bulan Juli 2018 - Januari 2019 Himec Cafe Surabaya..	8
Tabel 3.1 Klasifikasi nilai d .....	80
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	89
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia .....	90
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	90
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	91
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ).....	92
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Produk ( $X_2$ ).....	94
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Harga ( $X_3$ ).....	96
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	98
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) .....	101
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Validitas Variabel Produk ( $X_2$ ).....	101
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Validitas Variabel Harga ( $X_3$ ) .....	102
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y) .....	102
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	103
Tabel 4.14 <i>One Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i> .....	104
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas .....	106
Tabel 4.16 Nilai Durbin-Watson.....	108
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	109
Tabel 4.18 Hasil Uji F .....	111
Tabel 4.19 Hasil Uji t.....	113
Tabel 4.20 Perbandingan Hasil Penelitian .....	125

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	66
Gambar 3.1 Kurva Uji F.....	84
Gambar 3.2 Kurva Uji t.....	86
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Himec Cafe Surabaya.....	88
Gambar 4.2 Diagram Pancar Kenormalan Residu .....	105
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	107
Gambar 4.4 Kurva Uji F.....	112
Gambar 4.5 Kurva Uji t ( $X_1$ ).....	114
Gambar 4.6 Kurva Uji t ( $X_2$ ).....	116
Gambar 4.7 Kurva Uji t ( $X_3$ ).....	117