

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN WARUNK UPNORMAL
DI SUNTER TAHUN 2018**

Oleh :

Nama : Eric Steffen

NIM : 22140011

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Manajemen Pemasaran



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

April 2018

PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN WARUNK UPNORMAL DI SUNTER TAHUN 2018

Diajukan Oleh:

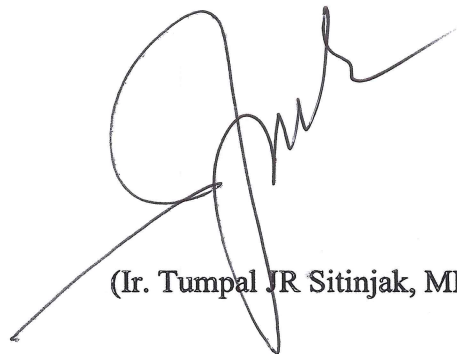
Nama : Eric Steffen

NIM : 22140011

Jakarta, 27 April 2018

Disetujui Oleh:

Pembimbing



(Ir. Tumpal JR Sitinjak, MM)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2018



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRAK

Eric Steffen / 22140011 / 2018 / Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada cafe UPNORMAL Sunter Tahun 2018 / Pembimbing : Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M.

Di jaman modern sekarang ini, kebutuhan dan keinginan manusia terhadap produk semakin banyak. Banyak perusahaan yang sudah mengembangkan bisnisnya dengan menciptakan produk yang baru dengan berbagai ide yang kreatif demi menarik perhatian pelanggan dan demi mendapat keuntungan perusahaan. Saat sekarang ini, banyak juga pemasar yang membangun berbagai macam cafe dan restoran untuk dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Pemasar harus menciptakan produk yang berkualitas agar dapat menarik perhatian pelanggannya. Selain itu, perusahaan harus melatih karyawannya agar cepat tanggap terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan. Hal ini menjadi sangat penting karena agar terciptanya loyalitas pelanggan, dibutuhkan kualitas produk dan kualitas layanannya.

Teori yang digunakan untuk mendukung penulisan ini adalah definisi dari kualitas produk, kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. Kemudian didukung oleh teori mengenai hubungan antara kualitas produk dengan loyalitas pelanggan, kualitas layanan dengan loyalitas pelanggan.

Objek penelitian ini adalah pelanggan yang menjadi pengunjung cafe UPNORMAL Sunter. Populasi penelitian ini adalah pelanggan yang mengonsumsi makanan di cafe UPNORMAL, dimana teknik pengambilan sampel adalah *non probability sampling* dengan menggunakan *judgement sampling*, dengan ukuran sampel 100. Pengumpulan data yang dilakukan dengan teknik komunikasi dimana akan disebarakan kuesioner melalui media google form kepada 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, reliabilitas, analisis deskriptif dan analisis regresi ganda.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa kualitas produk maupun kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan apabila kualitas produk semakin baik dan kualitas layanan semakin baik maka akan diikuti dengan semakin tinggi loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk maupun kualitas layanan terbukti berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.



ABSTRACT

Eric Steffen / 22140011/2018 / *The Effect of Product Quality and Service Quality on Customer Loyalty UPNORMAL Cofee at Sunter 2018 / Supervisor: Ir. Tumpal JR Sitinjak, M.M.*

In today's modern age, human needs and desires for more and more products. Many companies have developed their business by creating new products with creative ideas to attract the attention of their customers and for the benefit of the company. Currently, many marketers are building various cafes and restaurants to meet and satisfy customers' needs and wants.

Marketers must create a quality product in order to attract the attention of its customers. In addition, companies must train employees to quickly respond to the needs and desires of customers. This becomes very important because in order to create customer loyalty, it needs product quality and service quality.

The theory used to support this writing is the definition of product quality, service quality and customer loyalty. Then supported by the theory about the relationship between product quality with customer loyalty, service quality with customer loyalty.

The object of this research is the customer who became the visitor of UPNORMAL Sunter cafe. The population of this research is customer consuming food at UPNORMAL cafe, where sampling technique is non probability sampling by using judgment sampling, with sample size 100. Data collection is done by communication technique which will be distributed questionnaire through google form media to 100 respondents. Data analysis technique used is the test of validity, reliability, descriptive analysis, and multiple regression analysis.

The result of data analysis shows that product quality and service quality have positive and significant influence to customer loyalty. This indicates if the quality of the product is better and the better the service quality will be followed by the higher customer loyalty.

Based on the results of the analysis, it can be concluded that product quality and service quality proved to have a positive effect on customer loyalty.

Based on the results of the analysis, it can be concluded that product quality and service quality proved to have a positive effect on customer loyalty.

Based on the results of the analysis, it can be concluded that product quality and service quality proved to have a positive effect on customer loyalty.

Based on the results of the analysis, it can be concluded that product quality and service quality proved to have a positive effect on customer loyalty.

Based on the results of the analysis, it can be concluded that product quality and service quality proved to have a positive effect on customer loyalty.

Based on the results of the analysis, it can be concluded that product quality and service quality proved to have a positive effect on customer loyalty.

Based on the results of the analysis, it can be concluded that product quality and service quality proved to have a positive effect on customer loyalty.

Based on the results of the analysis, it can be concluded that product quality and service quality proved to have a positive effect on customer loyalty.

Based on the results of the analysis, it can be concluded that product quality and service quality proved to have a positive effect on customer loyalty.





KATA PENGANTAR

Terpujilan Sang Hyang Adu Buddha, Para Buddha dan Boddhisatva atas terselesainya skripsi ini. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen program studi Manajemen Pemasaran di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan, bantuan, semangat serta dukungan selama proses penulisan skripsi. Pihak-pihak yang telah berjasa yaitu :

1. Bapak Ir. Tumpal JR Sitinjak, M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar membimbing, memberi saran, waktu, tenaga, masukan, diskusi, dan bantuan untuk penulis hingga terselesainya skripsi ini.
2. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajar dan memberikan ilmu pengetahuan yang tiada ternilai kepada penulis sejak semester awal sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan strata satu.
3. Papa, Mama, kakak dan adik tersayang dan tercinta yang telah ikut membantu, mendoakan, dan memberikan semangat dengan penuh cinta kasih kepada peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian skripsi ini.
4. Teman-teman dekat dari penulis, Vernanzo Andrew, Gerry Bernath Marliong, Otniel Noko Pratama, Hanny Candra dan Melina yang selalu memberikan semangat di saat peneliti mengalami kesulitan saat membuat dan menyelesaikan pembuatan skripsi.
5. Semua pihak lain yang telah membantu peneliti dalam penulisan skripsi ini dan tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini, masih banyak kekurangan dan kesalahan. Untuk itu penulis berharap adanya masukan berupa kritik dan saran dari semua pihak demi penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat kepada orang-orang yang membacanya.

Jakarta, April 2018

Eric Steffen

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah	4
D. Batasan Penelitian.....	4
E. Rumusan Masalah.....	5
F. Tujuan Penelitian	5
G. Manfaat Penelitian	5
BAB II. LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	7
A. Landasan Teori	7
1. Loyalitas Pelanggan	7
a. Loyalitas.....	7
b. Loyalitas Pelanggan	8
2. Kualitas Produk.....	12
a. Kualitas	12
b. Produk.....	12
c. Kualitas Produk.....	21





3. Kualitas Layanan	24
a. Layanan	24
b. Kualitas Layanan.....	26
B. Kerangka Pemikiran	32
C. Hipotesis Penelitian	34

BAB III. METODE PENELITIAN35

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Objek Penelitian.....	35
B. Desain Penelitian	35
C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	37
1. Definisi Operasional Variabel Kualitas Produk.....	39
2. Definisi Operasional Variabel Kualitas Layanan	40
3. Definisi Operasional Variabel Loyalitas Pelanggan	42
D. Teknik Pengambilan Sampel	43
E. Teknik Pengumpulan Data	43
F. Teknik Analisis Data	44
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	44
a. Uji Validitas	44
b. Uji Reliabilitas	44
2. Analisis Deskriptif	44
a. Skor Rata-rata (<i>mean</i>)	44
b. Rentang Skala	45
3. Analisis Regresi Ganda.....	46
a. Model Persamaan Regresi.....	46
b. Uji Asumsi Klasik.....	46
c. Pengujian Kesesuaian Model (Uji F)	48
d. Pengujian Hipotesis Penelitian (Uji T)	48

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN49

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	49
B. Hasil	56
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	56
2. Analisis Deskriptif	57
3. Analisis Regresi Ganda.....	57

1. Dilarang menyalin atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipannya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



a. Persamaan Regresi Estimasi	57
b. Uji Asumsi Klasik	58
c. Pengujian Kesesuaian Model (Uji F)	58
d. Pengujian Hipotesis Penelitian (Uji t).....	59
C. Hasil Penelitian	59
D. Pembahasan	60
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
A. Simpulan	64
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN.....	69

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Kualitas Produk.....	39
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel Kualitas Layanan	40
Tabel 3.3	Definisi Operasional Variabel Loyalitas Pelanggan.....	42
Tabel 3.4	Skala Likert.....	43
Tabel 3.5	Rentang Skala	45
Tabel 4.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	56
Tabel 4.2	Analisis Deskriptif	57
Tabel 4.3	Uji Asumsi Klasik.....	58
Tabel 4.4	Pengujian Kesesuaian Model (Uji F)	58
Tabel 4.5	Pengujian Hipotesis Penelitian (Uji t)	59



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2	Model Konseptual	33
Gambar 4	Tampilan depan UPNORMAL dan Logo UPNORMAL.....	49
Gambar 4	Menu makanan, minuman dan dessert UPNORMAL	51

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Daftar Lampiran

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	69
Lampiran 2	Data Hasil Pra Kuesioner (30 responden)	72
Lampiran 3	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	75
Lampiran 4	Data Hasil Kuesioner (100 responden)	77
Lampiran 5	Analisis Deskriptif.....	86
Lampiran 6	Uji F	88
Lampiran 7	Regresi Ganda, Uji t, dan Uji Multikolinearitas.....	88
Lampiran 8	Uji Asumsi Klasik	88

Hak Cipta Milik BIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dengan mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar BIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin BIKKG.