



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA GENKI SUSHI  
DI MAL KELAPA GADING**

Oleh:

**Nama : Purnomo**

**NIM : 26120114**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**AGUSTUS 2016**

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.

## PENGESAHAN

# PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA GENKI SUSHI DI MAL KELAPA GADING

Oleh:

Nama : Purnomo

NIM : 26120114

Jakarta, 5 Oktober 2016

Disetujui Oleh :

Pembimbing



(Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2016

© 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.





## ABSTRAK

Purnomo / 26120114 / 2016 / Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Genki Sushi di Mal Kelapa Gading /Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.

Dalam perkembangan di era globalisasi dan kemajuan di bidang sosial ekonomi yang meningkat saat ini mengakibatkan persaingan diberbagai industri bisnis. Dan berdampak pada perubahan pola konsumsi masyarakat ke arah yang lebih beragam. Seperti halnya dengan munculnya makanan dan minuman khas Jepang yang unik dan beragam. Bagi produsen, tentu saja hal ini akan menimbulkan suatu ancaman, karena semakin banyaknya produk dan jasa yang ditawarkan maka semakin ketat persaingan yang terjadi. Untuk itu perusahaan harus mampu menciptakan kepuasan bagi konsumen dengan cara menerapkan kualitas layanan dan citra merek yang tepat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh dari kualitas Layanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen Genki Sushi di Mal Kelapa Gading.

Kualitas layanan terdiri dari lima dimensi yang terdiri dari keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Sedangkan citra merek terdiri dari tiga dimensi yang terdiri dari fungsi produk, sikap terhadap produk, dan reputasi merek. Kepuasan konsumen adalah kinerja suatu produk sesuai dengan harapan dari konsumen. Apabila kinerja sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen akan puas.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan mengumpulkan data melalui kuesioner dengan menyebarkan kepada 100 responden yang merupakan konsumen dari Genki Sushi Mal Kelapa Gading. Alat ukur yang dipakai dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, skala likert, uji regresi berganda, dan uji asumsi klasik. Alat bantu yang digunakan menganalisis data adalah SPSS 23.0.

Penelitian ini mendapatkan hasil dengan berdasarkan analisis regresi berganda dan korelasi diperoleh hasil bahwa kualitas layanan dan citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa secara keseluruhan kualitas layanan dan citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, yang artinya konsumen merasa puas terhadap Kualitas layanan dan citra merek yang diberikan Genki Sushi.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepuasan Konsumen



## ABSTRACT

Purnomo / 26120114 /2016 / *Relationship of Servie Quality and Brand Image to Customer Satisfaction at Genki Sushi Kelapa Gading Mall/ Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.*

In the development of in the future and progress in the field of economic social the current increases resulting in competition in various industries business. And having impact for change in the public consumption toward more diverse. As is the case with the emergence of food and drink typical japan unique and diverse. For producers , of course this may lead to the threat , because the increasing number of products and services are offered the tight competition that occurs .To companies to create satisfaction for those by means of apply the quality of services and brand image that right .This study aims to analyze the influence of the quality of services and brand image to customer satisfaction genki sushi in kelapa gading mall .

The quality of services consisting of five dimensions consisting of the reliability of , responsiveness , insurance , empathy , and physical evidence .While image brand consisting of three dimensions consisting of function products , an attitude toward products , and reputation of brand .Customer satisfaction is a a product in conformity with expectation consumer .When performance according to hope consumers , so consumers will be satisfied

The methodology used is descriptive methods to collect data through the questionnaire by spreading to 100 respondents is consumers from genki sushi kelapa gading mall .Measuring instrument used the research is the validity , reliability test , likert scale , the multiple regression , and the assumption classic .Tools used analyzed data is spss 23.0

His research get based on regression analysis and the correlation between the results that the quality of services and image brand have significant influence of customer satisfaction

This research produce conclusion that the overall the quality of services and image brand influences customer satisfaction, which means consumers satisfied with service quality and brand image given Genki Sushi.

**Key words:** *Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction*

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus sebagai sumber kekuatan dan sumber kehidupan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak atas segala bantuan, dorongan, dan bimbingannya dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar dan perhatian meluangkan waktu, pikiran, dan tenaganya dalam memberikan bimbingan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik.

2. Seluruh dosen Kwik Kian Gie School of Business yang telah mengajar dan membantu penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan S1 (Strata Satu).

3. Segenap karyawan perpustakaan Kwik Kian Gie School of Business yang senantiasa membantu penulis dalam proses penulisan skripsi ini.

4. Papi, Mami, dan cici penulis, Michelle Saputra atas segala bantuan moril, materil, dan lainnya.

5. Teman-teman, Kensen Wangkawinata, Warren Indra Roostam, Steven Tanuwidjaja, Eyan Jeremiah, Iriany Sun, Irianty Sun, Kenrick Wangkawinata, Rommy Setiawan dan teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang selalu memberikan masukan dan semangat kepada penulis

6. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis selama ini.





Akhir kata penulis berharap semoga penyusunan skripsi ini dapat bermamfaat bagi pihak – pihak yang membutuhkan. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari sempurna oleh karena itu penulis meminta kritik dan saran.

Jakarta, Agustus 2016

Purnomo

**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 ISI



JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
ABSTRAK .....	iii
ABSTRACT .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>BAB I</b>	<b>PENDAHULUAN</b>
	A. Latar Belakang Masalah ..... 1
	B. Identifikasi Masalah ..... 6
	C. Batasan Masalah ..... 6
	D. Batasan Penelitian ..... 7
	E. Rumusan Masalah ..... 7
	F. Tujuan Penelitian..... 7
	G. Manfaat Penelitian..... 8
<b>BAB II</b>	<b>KAJIAN PUSTAKA</b>
	A. Landasan Teori ..... 9
	1. Kualitas Layanan..... 9
	2. Citra Merek ..... 18



**BAB III**

**BAB IV**

**BAB**

3. Kepuasan Konsumen.....	25
B. Penelitian Terdahulu.....	29
C. Kerangka Pemikiran .....	31
D. Hipotesis Penelitian .....	32

**METODOLOGI PENELITIAN**

A. Objek Penelitian .....	33
B. Desain Penelitian .....	33
C. Variabel Penelitian .....	36
D. Teknik Pengumpulan Data .....	39
E. Teknik Pengambilan Sampel.....	39
F. Teknik Analisis Data .....	40

**ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	51
B. Analisis Deskripsif .....	52
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	52
2. Analisis Profil Responden .....	57
3. Uji Asumsi Klasik .....	66
4. Uji Regresi Linier Berganda.....	68
C. Hasil Penelitian.....	71
D. Pembahasan .....	71

**KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan.....	73
B. Saran .....	74

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





DAFTAR PUSTAKA.....76

LAMPIRAN.....78

**© 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 2.1	Penelitian Terdahulu Sebelumnya .....	29
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu Sebelumnya .....	30
Tabel 2.3	Penelitian Terdahulu Sebelumnya .....	31
Tabel 3.1	Variabel-variabel dan Indikator-indikator Kualitas Produk .....	36
Tabel 3.2	Variabel-variabel dan Indikator-indikator Citra Merek.....	38
Tabel 3.3	Variabel-variabel dan Indikator-indikator Kepuasan Konsumen.....	38
Tabel 3.4	Jawaban Skala Likert.....	43
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Layanan .....	52
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Citra Merek.....	54
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen .....	54
Tabel 4.4	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Layanan .....	55
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek .....	56
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen .....	56
Tabel 4.7	Presentase Jenis Kelamin Responden.....	57
Tabel 4.8	Presentase Usia Responden .....	57
Tabel 4.9	Presentase Pendidikan Terakhir Responden .....	58
Tabel 4.10	Presentase Pekerjaan Responden.....	59
Tabel 4.11	Skor Rata-rata Kualitas Layanan.....	60
Tabel 4.12	Skor Rata-rata Citra Merek.....	62
Tabel 4.13	Skor Rata-rata Kepuasan Konsumen.....	64
Tabel 4.14	Hasil Uji Normalitas .....	66
Tabel 4.15	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	67
Tabel 4.16	Hasil Uji Autokorelasi.....	68
Tabel 4.17	Hasil Uji Keberartian Model ( Uji F ).....	69



## DAFTAR GAMBAR

Kerangka Pemikiran.....	31
-------------------------	----



Gambar 2.1

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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.





Tabel 4.18	Hasil Uji Signifikan Koefisien (Uji t).....	69
Tabel 4.19	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	70

**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	Pra Kuesioner .....	78
Lampiran 2	Data Pra Kuesioner .....	82
Lampiran 3	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	86
Lampiran 4	Kuesioner.....	93
Lampiran 5	Data Kuesioner .....	97
Lampiran 6	Skor Rata-rata dan Frekuensi .....	106
Lampiran 7	Uji Asumsi Klasik .....	116
Lampiran 8	Uji Regresi Linier Berganda.....	117

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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

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

