

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER VALUE*  
TERHADAP *WORD OF MOUTH* MELALUI *CUSTOMER*  
*SATISFACTION* DI RESTORAN HAKATA IKKOUSHA  
KELAPA GADING JAKARTA UTARA**

Oleh:

Nama: Andy Wijaya

NIM: 27090162

Skripsi

**Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi**

**Program Studi Manajemen  
Konsentrasi Manajemen Pemasaran**



**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE  
JAKARTA  
JULI 2013**

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



## PENGESAHAN

### **PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER VALUE* TERHADAP *WORD OF MOUTH* MELALUI *CUSTOMER* *SATISFACTION* DI RESTORAN HAKATA IKKOUSHA KELAPA GADING JAKARTA UTARA**

**Diajukan Oleh:**


**Nama : Andy Wijaya**

**NIM : 27090162**

**Jakarta, 29 Agustus 2013**

**Disetujui Oleh :**

Pembimbing,



(Dr. Tony Sitinjak.,M.M)

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA, 2013**

**© Hak cipta milik IBI KKG (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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## ABSTRAK

Andy Wijaya / 27090162 / 2013 / Pengaruh service quality dan customer value terhadap word of mouth melalui customer satisfaction pada Restoran Hakata Ikkousha, Kelapa Gading Jakarta Utara / Dr. Tony Sitinjak, M.M.

Pelanggan memilih restoran yang mereka datangi karena ada nilai-nilai yang dapat dirasakan di restoran tersebut. Maka dari itu restoran harus mampu menciptakan nilai pelanggan yang kuat sehingga pelanggan yang datang dapat memenuhi nilai-nilai yang ingin mereka puaskan. Restoran juga harus mampu memberikan kualitas layanan yang baik serta unik sehingga membuat suatu restoran berbeda dengan restoran lainnya. Sehingga dengan nilai pelanggan dan kualitas layanan yang baik serta efektif yang dilakukan restoran, akan membuat pelanggan menjadi puas dan akan kembali datang untuk bersantap disana. Selain itu akan tercipta *word of mouth*, dimana saat pelanggan yang puas akan menceritakan pengalaman mereka bersantap di restoran serta merekomendasikan restoran tersebut pada orang lain.

Objek penelitian ini adalah Restoran Hakata Ikkousha. Penelitian ini dilakukan di Restoran Hakata Ikkousha Kelapa Gading Jakarta Utara dengan responden sebanyak 175 orang. Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan adalah teknik *Non-Probability Sampling* dengan menggunakan metode *Judgement / Purposive Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan kriteria tertentu yang telah ditentukan terlebih dahulu oleh peneliti. Responden yang diambil adalah pelanggan yang sudah pernah mengunjungi restoran Hakata Ikkousha Kelapa Gading Jakarta Utara. Penelitian ini menggunakan alat bantu yaitu Lisrel 8.54.

Hasil penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa service quality dan customer value berpengaruh positif secara langsung terhadap customer satisfaction, service quality berpengaruh positif secara langsung terhadap word of mouth, service quality berpengaruh positif secara tidak langsung terhadap word of mouth melalui customer satisfaction, customer satisfaction berpengaruh positif secara langsung terhadap word of mouth, dan customer value tidak berpengaruh secara positif secara langsung terhadap word of mouth, tetapi berpengaruh positif secara tidak langsung terhadap word of mouth melalui customer satisfaction.

© Hak Cipta oleh Kwik Kian Gie (2013) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie





## ABSTRACT

Andy Wijaya / 27090162 / 2013 / Effect of service quality and customer value to word of mouth through customer satisfaction on Restoran Hakata Ikkousha Kelapa Gading Jakarta Utara / Dr. Tony Sitinjak.,M.M.

Customers choose a restaurant which they go because there are values that can be felt in the restaurant. Thus the restaurant should be able to create a strong customer value so that customers who come to meet the values can satisfy it. The restaurant also must be able to provide good and unique service quality that makes a restaurant different from other restaurants. So with customer value and service quality that is good and effectively done by restaurant will make customers to be satisfied and will come back to dine there. Additionally, it will create word of mouth, which satisfied customers will tell their dining experience at the restaurant and to recommend the restaurant to others.

Object of this study is the restaurant Hakata Ikkousha. The research was conducted at restaurant Hakata Ikkousha Kelapa Gading, North Jakarta with 175 respondents. Sampling technique used was Non-Probability Sampling technique using Judgement / purposive sampling which is sampling techniques with criteria predetermined by researcher. Respondent taken are customers who have visited the restaurant Hakata Ikkousha Kelapa Gading North Jakarta. This study using Lisrel 8:54 software.

Results of this study lead to the conclusion that the service quality and customer value had a positive direct effect on customer satisfaction, service quality had a positive direct effect on word of mouth, service quality had a positive indirect effect on word of mouth through customer satisfaction, customer satisfaction had a positive direct effect on word of mouth, and customer value had not positive direct effect on word of mouth, but customer value had positive indirect effect on word of mouth through customer satisfaction.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 dan syukur kepada Tuhan Yesus karena atas berkat-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah mengorbankan waktunya untuk memberikan kontribusi kepada penulis baik berupa petunjuk, penjelasan, pengarahan, bimbingan maupun dorongan secara moril maupun materiil, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membimbing dan membantu selama proses penulisan penelitian ini. Secara khusus penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Tony Sitinjak, M.M., selaku dosen pembimbing yang telah berkenan memberikan pikiran, tenaga, serta meluangkan waktunya dan membimbing penulis dari awal sampai akhir dalam memberikan bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini. Serta banyak memberikan pelajaran hidup kepada penulis.
2. Seluruh dosen pengajar yang telah mendidik dan memberikan ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan sehingga penulis dapat melaksanakan tugas akhir ini, Seluruh staf dan karyawan IBII yang telah membantu dan menyediakan literatur yang diperlukan penulis dalam penulisan skripsi.
3. Orang tua yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi baik dukungan moral maupun materiil, serta selalu mendoakan penulis selama penulisan skripsi ini.



4. Felini Angela, Yosef Prastio, Shelvy Syahli, Citra Marina, Ango, Neill Gunawan, Valentinus Aditya Masman, sahabat yang selalu menemani penulis selama 8 semester perkuliahan.
5. Teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang selalu mendukung penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan penelitian ini masih jauh dari pada kata sempurna oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang nyata bagi penulis dan pembaca serta dapat menjadi inspirasi bagi penelitian selanjutnya.

Jakarta, Juli 2013

Andy Wijaya

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.

# DAFTAR ISI



1. HALAMAN JUDUL.....	i
2. HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
3. ABSTRAK.....	iii
4. ABSTRACT.....	iv
5. KATA PENGANTAR.....	v
6. DAFTAR ISI.....	vii
7. DAFTAR TABEL.....	x
8. DAFTAR GAMBAR.....	xii
9. DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah— <i>Problem</i> .....	5
C. Rumusan Masalah Penelitian— <i>Research Problem</i> .....	5
D. Rumusan Pertanyaan Penelitian— <i>Research Questions</i> .....	6
E. Tujuan Penelitian.....	6
F. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>8</b>
A. Pengantar.....	8
B. Telaah Pustaka.....	8
1. Pemasaran.....	8
2. Produk.....	9
a. Pengertian Produk.....	10

1. larangan menyalin atau menyalin 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.





3. Jasa.....	12
a. Pengertian Jasa.....	12
b. Pengertian Kualitas Jasa( <i>Service Quality</i> ).....	13
4. <i>Customer Value</i> .....	14
5. <i>Customer Satisfaction</i> .....	15
6. <i>Word Of Mouth</i> .....	17
C Kerangka Berpikir.....	19
D Hipotesis Penelitian.....	20
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>22</b>
A Pengantar.....	22
B Desain Penelitian.....	22
C Obyek Penelitian.....	25
D Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel Penelitian.....	25
E Metode Pengumpulan Data.....	29
F Teknik Pengambilan Sampel.....	30
G Teknik Analisis Data.....	31
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>42</b>
A Pengantar.....	42
B Profil Perusahaan .....	42
C Analisis Data.....	44
1. Uji Validitas.....	44
2. Uji Reliabilitas.....	49
3. Uji Reliabilitas Konstruk.....	55
4. Profil Responden.....	60
5. Analisis Deskriptif .....	64
6. Penilaian Model Fit( <i>Goodness of Fit</i> ).....	71

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (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.





7. Analisis Hubungan Kausal dan Pengujian Hipotesis.....	73
D Hasil Penelitian.....	78
E Pembahasan.....	81
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>87</b>
A Kesimpulan.....	87
B Saran.....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>90</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>93</b>

Hak Cipta Ditundungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

**Hak cipta milik IBIKKG 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.



DAFTAR TABEL

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

Tabel 1.1	Distribusi Banyaknya rumah makan berskala Menengah dan Besar menurut Provinsi dan jenis Masakan Utama yang disajikan, tahun 2010.....	2
Tabel 1.1	Gap Riset dan Permasalahan/Isu.....	4
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Service Quality .....	26
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Customer Value .....	27
Tabel 3.3	Operasionalisasi Variabel Customer Satisfaction.....	28
Tabel 3.4	Operasionalisasi Variabel Word of Mouth .....	29
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Service Quality</i> .....	45
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Value</i> .....	47
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	48
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Word Of Mouth</i> .....	49
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Service Quality</i> .....	51
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Customer Value</i> .....	52
Tabel 4.7	: Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	53
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Word Of Mouth</i> .....	54
Tabel 4.9	Reliabilitas Konstruk <i>Service Quality</i> .....	56
Tabel 4.10	: Reliabilitas Konstruk <i>Customer Value</i> .....	57
Tabel 4.11	: Reliabilitas Konstruk <i>Customer Satisfaction</i> .....	58
Tabel 4.12	: Reliabilitas Konstruk <i>Word Of Mouth</i> .....	59
Tabel 4.13	: Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Tabel 4.14	: Persentase Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.15	: Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	61
Tabel 4.16	: Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	62

1. Kajian pengantar dan tinjauan umum tentang penelitian, meliputi: latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 a. Pengumpulan data dan pengolahan data.  
 b. Pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4.17 : Persentase Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan.....63

Tabel 4.18 : Tanggapan Responden Mengenai *Service Quality*.....64

Tabel 4.19 : Tanggapan Responden Mengenai *Customer Value*.....66

Tabel 4.20 : Tanggapan Responden Mengenai *Customer Satisfaction*.....67

Tabel 4.21 : Tanggapan Responden Mengenai *Word Of Mouth*.....69

Tabel 4.22 : Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, dan Pengaruh Total.....77

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang menyalin 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

<p>1. a. Penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Penugutan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG. 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>	<p>1. Gambar 4.1 : Level Produk dan Jasa ..... 11</p> <p>2. Gambar 4.2 : Kerangka Pemikiran..... 20</p> <p>3. Gambar 4.1 : Diagram Jalur..... 39</p> <p>4.1. Gambar 4.1 : Tampak depan Restoran Ikkousha Kelapa Gading..... 43</p> <p>4.2. Gambar 4.2 : Hasil uji validitas <i>service quality</i> (t-value)..... 45</p> <p>4.3. Gambar 4.3 : Hasil uji validitas <i>customer value</i> (t-value)..... 46</p> <p>4.4. Gambar 4.4 : Hasil uji validitas <i>customer satisfaction</i> (t-value)..... 47</p> <p>4.5. Gambar 4.5 : Hasil uji validitas <i>word of mouth</i> (t-value)..... 48</p> <p>4.6. Gambar 4.6 : Hasil uji reliabilitas <i>service quality</i> (t-value)..... 50</p> <p>4.7. Gambar 4.7 : Hasil uji reliabilitas <i>customer value</i> (t-value)..... 52</p> <p>4.8. Gambar 4.8 : Hasil uji reliabilitas <i>customer satisfaction</i> (t-value)..... 53</p> <p>4.9. Gambar 4.9 : Hasil uji reliabilitas <i>word of mouth</i> (t-value)..... 54</p> <p>4.10. Gambar 4.10 : <i>Service Quality</i>(Standardized Solution)..... 55</p> <p>4.11. Gambar 4.11 : <i>Customer Value</i> (Standardized Solution)..... 57</p> <p>4.12. Gambar 4.12 : <i>Customer Satisfaction</i> (Standardized Solution)..... 58</p> <p>4.13. Gambar 4.13 : <i>Word Of Mouth</i> (Standardized Solution)..... 59</p> <p>4.14. Gambar 4.14 : Skor Rata – Rata Variabel <i>Service Quality</i>..... 65</p> <p>4.15. Gambar 4.15 : Skor Rata – Rata Variabel <i>Customer Value</i>..... 66</p> <p>4.16. Gambar 4.16 : Skor Rata – Rata Variabel <i>Customer Satisfaction</i>..... 68</p> <p>4.17. Gambar 4.17 : Skor Rata – Rata Variabel <i>Word Of Mouth</i>..... 70</p> <p>4.18. Gambar 4.18 : <i>Goodness Fit Statistics</i>..... 71</p> <p>4.33. Gambar 4.33 : Struktural Model (t-value)..... 74</p> <p>4.33. Gambar 4.33 : Struktural Model (Standardized Solution)..... 76</p>	
--	---	--