PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PIZZA HUT JAKARTA

Oleh:

Nama : Andre Cahyadi

NIM : 76160028

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Program Studi Administrasi Bisnis

Konsentrasi Bisnis Internasional

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

JANUARI 2020

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

© Hak cipta milik IBI KKG (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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PIZZA HUT JAKARTA

Nama : Andre Cahyadi

Nim : 76160028

Jakarta, 6 Juli 2020

Disetujui Oleh :

Pembimbing

(Ir. Tumpal JRS, M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2020

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

© 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

ABSTRAK

Andre Cahyadi / 76160028 / 2020 Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Pizza Hut / Pembimbing: Ir. Tumpal JRS, M.M.

Restoran makanan cepat saji adalah salah satu bisnis yang bergerak dalam bidang kuliner. Bisnis seperti ini biasanya wajib memiliki keunikan yang menjadi nilai lebih bagi pelanggan. Hal itu selaras dengan konsep pemasaran dimana citra merek, harga, kualitas produk dan kualitas layanan mempengaruhi keputusan pembelian. Namun karena keterbatasan waktu, peneliti hanya membatasi penelitian ini hanya pada kualitas layanan dan kepuasan pelanggan yang mempengaruhi loyalitas pelanggan Pizza Hut Jakarta. Dimana faktor ini ditentukan penulis berdasarkan research gap pada penelitian terdahulu.

Kualitas layanan merupakan salah satu prinsip pemasaran dimana suatu pihak menawarkan kepada pihak lainnya suatu bentuk manfaat dari layanan atau jasa. Dengan keberadaan kualitas layanan maka akan meningkatkan daya saing dalam bisnis restoran cepat saji. Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa sebagai bentuk respon dari kinerja layanan yang diberikan oleh perusahaan. Dengan kepuasan pelanggan yang tinggi dan melebihi harapan maka akan memberikan rasa puas dan senang bagi pelanggan. Loyalitas pelanggan adalah suatu bentuk respon pelanggan atas rasa puas dan keberadaan kualitas layanan yang baik. Dengan loyalitas pelanggan maka pelanggan akan setia untuk membeli produk dari yang ditawarkan oleh bisnis restoran cepat saji sehingga daya saing meningkat.

Penelitian ini dilakukan pada bulan November-Desember 2019 yang merupakan penelitian formal dan melibatkan 150 responden yang membantu proses pengisian kuisioner, serta 30 orang yang membantu proses pengisian pra-kuisioner. Alat analisis yang digunakan untuk menguji pra kuisioner adalah uji validitas dan reliabilitas. Sedangkan alat analisis yang digunakan untuk menguji kuisioner adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik, uji F dan uji t.

Setelah dilakukan pengolahan maka diperoleh hasil penelitian bahwa semua variabel dalam penelitian ini valid dan reliabel. Berdasarkan analisis deskriptif penelitian ini, ketiga variabel berada di rentang skala antara 3,40 – 4,20 yang berarti berkualitas, puas dan loyal. Untuk analisis regresi uji asumsi klasik, uji F dan Uji t, dapat dikatakan seluruh data lolos uji dan berpengaruh signifikan.

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan dapat disimpulakan bahwa kualitas layanan dan kepuasan memiliki pengaruh signifikan secara langsung terhadap terhadap loyalitas pelanggan Pizza Hut Jakarta. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan paling kuat terhadap loyalitas pelanggan Pizza Hut Jakarta. Kualitas layanan di Pizza Hut Jakarta tergolong berkualitas, kepuasan pelanggan di Pizza Hut Jakarta sudah tergolong puas dan Loyalitas pelanggan sudah tergolong loyal

Kata kunci : Kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Jln. Cideng Timur No. 1-3 Jakarta Pusat
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

© Hak Cipta milik IBIKKG (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.

ABSTRACT

Andre Cahyadi / 76160028/ 2020 Effect of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty Pizza Hut / Supervisor: Ir. Tumpal JRS, M.M.

Fast food restaurant is one of the businesses engaged in the culinary field. Businesses like this are usually required to have uniqueness that is of added value to customers. This is in line with the marketing concept where brand image, price, product quality and service quality influence purchasing decisions. However, due to time constraints, the researchers only limited this research to the quality of service and customer satisfaction that affects customer loyalty Pizza Hut Jakarta. Where this factor is determined by the author based on the research gap in previous studies.

Quality of service is one of the marketing principles in which one party offers to another party a form of service benefit. The existence of quality service will increase competitiveness in the fast food restaurant business. Customer satisfaction is a feeling of pleasure or disappointment as a form of response from the performance of services provided by the company. With high customer satisfaction and exceeding expectations, it will provide satisfaction and pleasure for customers. Customer loyalty is a form of customer response to a sense of satisfaction and the presence of good quality service. With customer loyalty, customers will be loyal to buy products offered by the fast food restaurant business so that competitiveness increases.

This research was conducted in November-December 2019 which is a formal study and involved 150 respondents who helped in the questionnaire filling process, and 30 people who assisted in the pre-questionnaire filling process. The analytical tool used to test the pre-questionnaire is a test of validity and reliability. While the analysis tools used to test the questionnaire are descriptive analysis, classic assumption test, F test and t test.

After processing, the research results are obtained that all variables in this study are valid and reliable. Based on the descriptive analysis of this study, the three variables are in the scale range between 3.40 - 4.20 which means quality, satisfaction and loyalty. For the regression analysis of the classic assumption test, F test and t test, it can be said that all data passed the test and had a significant effect.

From the results of tests that have been carried out it can be concluded that service quality and satisfaction have a significant direct effect on customer loyalty at Pizza Hut Jakarta. Customer satisfaction has the strongest significant influence on customer loyalty at Pizza Hut Jakarta. The quality of service at Pizza Hut Jakarta is classified as quality, customer satisfaction at Pizza Hut Jakarta is classified as satisfied and customer loyalty is classified as loyal

Keywords: Service quality, customer satisfaction and customer loyalty.

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul " Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Pizza Hut Jakarta."

Penulisan skripsi ini bertujuan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada program Strata 1, konsentrasi Bisnis Internasional di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Penulis mendapat banyak bantuan dan dorongan dari banyak pihak selama penyusunan skripsi. Oleh karena itu, Ucapan terimakasih ditunjukan kepada :

1. Bapak Ir. Tumpal JRS, M.M., selaku dosen pembimbing yang telah sabar meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya dalam memberikan bimbingan, saran, dan nasihat yang bermanfaat bagi penulis sehinggi skripsi ini dapat cepat selesai.
2. Seluruh dosen dan staff pengajar Kwik Kian Gie School of Business yang telah memberi ilmunya kepada peneliti selama perkuliahan.
3. Terima kasih kepada orang tua dan adik yang selalu mendukung peneliti dalam mengerjakan skripsi ini baik melalui semangat, hiburan, nasehat dan doa sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Seluruh karyawan institut Bisnis Informatika Kwik Kian Gie yang telah membantu peneliti dalam penyusunan skripsi baik secara langsung maupun tidak langsung.
5. Thomas Julius, selaku sahabat penulis yang membantu dan memberikan arahan kepada penulis selama proses pengolahan data.
6. Rekan peneliti dalam penelitian bersama Felix dan Samuel yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama proses penelitian ini.

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

7. Koresyana, Joshua Hernando, Melina Sastra dan Fidelia Hartono yang selalu memberikan dukungan, doa dan semangat kepada penulis ketika penulis mengalami kejenuhan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Steven Julius dan Diana selaku teman-teman dekat bermain penulis lain yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu peneliti memohon maaf dan semoga penelitian ini dapat bagi berguna bagi para pembaca, pihak restoran Pizza Hut Jakarta dan peneliti selanjutnya.

Jakarta, 14 Januari 2020

Peneliti

Andre Cahyadi

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

PENGESAHAN ii

ABSTRAK iii

ABSTRACT iv

KATA PENGANTAR v

DAFTAR ISI vii

DAFTAR TABEL x

DAFTAR LAMPIRAN xii

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 KAJIAN PUSTAKA 7

A. Landasan Teori 7

1. Kualitas Layanan 7

2. Kepuasan Pelanggan 9

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

© Hak cipta milik IBIKKG (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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3. Loyalitas Pelanggan 11

B. Penelitian Terdahulu 13

C. Kerangka Pemikiran 15

1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan 15

2. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan 16

D. Hipotesis 17

BAB III METODE PENELITIAN 18

A. Objek Penelitian 18

B. Desain Penelitian 18

C. Variabel Penelitian 20

D. Teknik Pengumpulan Data. 22

E. Teknik Pengambilan Sampel 23

F. Teknik Analisis Data 24

1. Uji Kuisioner. 24

2. Analisis Deskriptif 26

3. Analisis Regresi 27

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN 32

A. Gambaran Umum Objek Penelitian 32

B. Hasil Penelitian 33

1. Uji Kuisioner 33

2. Analisis Deskriptif 37

3. Analisis Regresi 40

C. Pembahasan 44

BAB V SIMPULAN DAN SARAN 46

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

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.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Simpulan 46

B. Saran 46

DAFTAR PUSTAKA 48

LAMPIRAN 1 50

LAMPIRAN 2 53

LAMPIRAN 3 56

LAMPIRAN 4 59

LAMPIRAN 5 62

LAMPIRAN 6 74

LAMPIRAN 7 75

LAMPIRAN 8 77

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

© Hak Cipta milik IBI KKG (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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

DAFTAR TABEL

TABEL 2.1 13
TABEL 3.1 20
TABEL 4.1 34
TABEL 4.2 35
TABEL 4.3 35
TABEL 4.4 36
TABEL 4.5 36
TABEL 4.6 37
TABEL 4.7 38
TABEL 4.8 39
TABEL 4.9 40
TABEL 4.10 40
TABEL 4.11 41
TABEL 4.12 41
TABEL 4.13 42
TABEL 4.14 42
TABEL 4.15 43

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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 50

LAMPIRAN 2 53

LAMPIRAN 3 56

LAMPIRAN 4 59

LAMPIRAN 5 62

LAMPIRAN 6 74

LAMPIRAN 7 75

LAMPIRAN 8 77

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

© Hak cipta milik IBIKKG (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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie