



PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPUASAN PELANGGAN, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

PIZZA HUT

Oleh :

Nama : Felix

NIM : 79160441

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis

Konsentrasi Bisnis Internasional



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

JULI 2020

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.



PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPUASAN PELANGGAN, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PIZZA HUT

Diajukan oleh:

Nama: Felix

NIM: 79160441

Jakarta, 7 Juli 2020

Disetujui Oleh:

Pembimbing

(Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2020

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



ABSTRAK

Felix 79160441 / 2019/ Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pizza Hut / Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M.

Pizza Hut merupakan salah satu nama restoran yang sudah tidak asing lagi terdengar di telinga para penggemar makanan Pizza yang ada. Restoran ini hadir pertama kali di Indonesia sejak tahun 1984 dan dari sejak awal hingga sekarang restoran ini tetap konsisten dalam melayani para pelanggannya yang berkunjung ke Pizza Hut. Semakin ketatnya persaingan dalam bisnis ini yang disebabkan oleh munculnya beberapa pesaing baru, membuat pihak Pizza Hut untuk semakin intensif dalam meningkatkan kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan kualitas layanan untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Pizza Hut.

Loyalitas Pelanggan terdiri dari 4 dimensi yaitu melakukan pembelian secara berulang, pembelian antar lini dan jasa, merefrensikan kepada orang lain, dan menunjukkan kekebalan terhadap tawaran pesaing. Kualitas produk terdiri dari 7 dimensi yaitu *Form, Feature, Performance Quality, Conformance Quality, Durability, Reliability, dan Style*. Kepuasan Pelanggan terdiri dari 5 dimensi yaitu pelanggan yang sangat puas umumnya tetap loyal lebih lama, membeli lebih banyak karena perusahaan memperkenalkan produk baru, berbicara baik kepada orang lain tentang perusahaan dan produknya, kurang memperhatikan merek yang bersaing dan kurang sensitive terhadap harga, dan menawarkan ide produk dan biaya yang lebih murah untuk melayani daripada pelanggan baru. Kualitas Layanan terdiri dari 4 dimensi yaitu *Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy*.

Metode penelitian yang dilakukan adalah metode *Non Probability Sampling* dengan mengumpulkan data melalui kuesioner dengan menyebarkan kepada 150 responden yang merupakan pelanggan Pizza Hut. Alat ukur dalam penelitian adalah uji validitas, uji realibilitas, uji regresi linier berganda, uji skor rata, rentang skala, dan uji asumsi klasik. Alat bantu yang digunakan adalah SPSS 20.0

Hasil penelitian ini menemukan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas layanan tidak terbukti mempengaruhi loyalitas pelanggan. Variabel kepuasan pelanggan terbukti mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan yang artinya bahwa pelanggan mempunyai pengalaman positif sehingga menimbulkan loyalitas pelanggan.



ABSTRACT

Felix / 79160441/2019 / Effect of Product Quality, Customer Satisfaction, and Service Quality on Customer Loyalty Pizza Hut / Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M.

Pizza Hut is a restaurant name that is familiar in the ears of fans of existing Pizza food. This restaurant first appeared in Indonesia since 1984 and from the beginning until now this restaurant has remained consistent in serving its customers who visit Pizza Hut. The increasingly fierce competition in this business caused by the emergence of several new competitors, makes the Pizza Hut to be more intensive in improving product quality, customer satisfaction, and service quality to create customer loyalty. This study aims to analyze the effect of product quality, customer satisfaction, and service quality on Pizza Hut customer loyalty.

Customer Loyalty consists of 4 dimensions, namely making repeated purchases, purchasing between lines and services, reflecting on others, and showing immunity to competitors' offers. Product quality consists of 7 dimensions, namely Form, Feature, Performance Quality, Conformance Quality, Durability, Reliability, and Style. Customer Satisfaction consists of 5 dimensions: highly satisfied customers generally stay loyal longer, buy more because the company introduces new products, speaks well to others about the company and its products, pays less attention to competitive brands and is less price sensitive, and offers ideas products and costs that are cheaper to serve than new customers. Service Quality consists of 4 dimensions, namely Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy.

The research method used is the Non Probability Sampling method by collecting data through a questionnaire by distributing to 150 respondents who are Pizza Hut customers. Measuring instruments in this research are validity test, reliability test, multiple linear regression test, average score test, scale range, and classic assumption test. The tool used is SPSS 20.0

The results of this study found that product quality and service quality variables were not proven to affect customer loyalty. Variable customer satisfaction proven to affect customer loyalty.

This research concludes that product quality and service quality do not affect customer loyalty. Customer satisfaction has a significant effect, which means that customers have a positive experience that raises customer loyalty.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa karena kasih dan anugrah-Nya peneliti dapat membuat dan menyelesaikan skripsi berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pizza Hut”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat kelulusan dan memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak yang telah banyak membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan arahan dan nasehat kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mendidik, membimbing, dan memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada peneliti hingga dapat menyelesaikan pendidikan S-1 (Strata Satu)
3. Orang tua Peneliti yang tidak pernah berenti berdoa dan selalu memberikan semangat serta dukungan moral agar peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, jujur, dan tepat waktu.
4. Seluruh karyawan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah membantu peneliti dalam penyusunan skripsi baik secara langsung maupun tidak langsung.
5. Sahabat – sahabat peneliti yang selalu memberikan dukungan moral dan berbagai saran dalam penyusunan skripsi ini: Michelle, Jeremy, Richard, Wahyu dan masih banyak lagi sahabat-sahabat yang tidak dapat disebutkan satu per satu.



6. Semua responden yang telah bersedia meluangkan waktu dan pikiran untuk mengisi kuesioner yang digunakan sebagai sumber data dalam penelitian ini.

7. Semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna dan memiliki banyak kekurangan, namun peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak yang membacanya.

Jakarta, Juli 2020

Felix

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI IKKG (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

PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	i
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Batasan Masalah	3
D. Batasan Penelitian	4
E. Rumusan Masalah	4
F. Tujuan Penelitian.....	4
G. Manfaat Penelitian	5
BAB	6
KAJIAN PUSTAKA	6
A. Landasan Teori	6
1. Kualitas Produk.....	6



a.	Pengertian Produk	6
b.	Tingkatan Produk	6
c.	Atribut Produk.....	7
d.	Pengertian Kualitas Produk.....	8
e.	Diferensiasi Kualitas Produk.....	9
2.	Kualitas Layanan	11
a.	Pengertian Kualitas Layanan.....	11
b.	Karakteristik Layanan	12
c.	Strategi Pemasaran Layanan	13
d.	Dimensi Kualitas Layanan	13
3.	Kepuasan Pelanggan	14
a.	Definisi Kepuasan Pelanggan.....	14
b.	Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	15
c.	Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	16
4.	Loyalitas Pelanggan.....	16
a.	Definisi Loyalitas Pelanggan	16
b.	Dimensi Loyalitas Konsumen	17
c.	Manfaat Loyalitas Konsumen	18
B.	Penelitian Terdahulu.....	20
C.	Kerangka Pemikiran	21
D.	Hipotesis Penelitian	22

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



BAB III	23
METODE PENELITIAN	23
A. Objek Penelitian	23
B. Desain Penelitian	23
C. Variabel Penelitian	24
D. Teknik Pengambilan Sampel	27
E. Teknik Pengumpulan Data	28
F. Teknik Analisis Data	28
1. Uji Kuesioner	28
a. Uji Validitas	28
b. Uji Reliabilitas.....	30
2. Analisis Deskriptif	31
a. Rata-Rata Tertimbang	31
b. Rentang Skala.....	31
3. Analisis Regresi	32
3.1 Uji Asumsi Klasik	33
a. Uji Normalitas	33
b. Uji Heteroskedastisitas	34
c. Uji Multikolinieritas	34
d. Uji Otokorelasi	35
3.2 Uji Kecocokan Model (Uji F).....	35
3.3 Uji Besar Pengaruh dan Prediksi (Uji t)	36



BAB IV	37
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	37
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	37
B. Analisis Data	41
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	41
2. Analisis Deskriptif	47
3. Analisis Regresi	52
a. Uji Asumsi Klasik	52
1) Uji Normalitas	52
2) Uji Heteroskedastisitas	53
3) Uji Multikolinearitas	54
4) Uji Otokorelasi	54
b. Uji Regresi Linier Berganda	55
1) Persamaan Regresi Linier Berganda.....	55
2) Uji Kecocokan Model (Uji F).....	56
3) Uji Besar Pengaruh dan Prediksi (Uji t)	56
C. Pembahasan	57
BAB V	59
SIMPULAN DAN SARAN.....	59
A. Simpulan.....	59
B. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA.....	61



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



DAFTAR TABEL

Tabel 1	1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1	1 Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk.....	24
Tabel 3.2	2 Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan.....	25
Tabel 3.3	3 Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan	26
Tabel 3.4	4 Operasionalisasi Variabel Loyalitas Pelanggan	27
Tabel 4.1	1 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	41
Tabel 4.2	2 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	43
Tabel 4.3	3 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan	43
Tabel 4.4	4 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan	44
Tabel 4.5	5 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk	46
Tabel 4.6	6 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan	46
Tabel 4.7	7 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Layanan	46
Tabel 4.8	8 Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan.....	47
Tabel 4.9	9 Skor Rata-Rata Terimbang Kualitas Produk	47
Tabel 4.10	10 Skor Rata-Rata Terimbang Kepuasan Pelanggan.....	49
Tabel 4.11	11 Skor Rata-Rata Terimbang Kualitas Layanan	50
Tabel 4.12	12 Skor Rata-Rata Terimbang Loyalitas Pelanggan	51
Tabel 4.13	13 Hasil Uji Normalitas.....	52
Tabel 4.14	14 Hasil Uji Heterokedastisitas	53
Tabel 4.15	15 Hasil Uji Multikolinearitas	54
Tabel 4.16	16 Hasil Uji Otokorelasi.....	54



Tabel 4. 17 Hasil Uji Persamaan Regresi Linier Berganda	55
Tabel 4. 18 Hasil Uji Model F	56
Tabel 4. 19 Hasil Uji Model t	56

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

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Gambar 1.1 Laba Bersih Makanan dan Minuman Pizza Hut	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	22
Gambar 4. 1 Logo Pizza Hut	38
Gambar 4. 2 Pizza Hut Mall Taman Anggrek	39
Gambar 4. 3 Menu Pizza Hut	40

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