

**PENGARUH HARGA, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN BURGER KING DI MALL OF INDONESIA,
Jakarta Utara**



Hak cipta milik IBI KKKG (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,
 - 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.

Oleh:

Nama : Kristofel Fransiskus Abraham M.

NIM : 22150071

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Jurusran Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

d/h Institut Bisnis dan Informatika Indonesia (IBII)

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

JAKARTA

JANUARI 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.

PENGESAHAN

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN BURGER KING DI MALL OF INDONESIA, JAKARTA UTARA

Oleh:

Nama : Kristofel Fransiskus Abraham M.

Nim : 22150071

Jakarta, 27 Januari 2020

Disetujui oleh :

Pembimbing,

(Ir. Dergibson Siagian, M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2020



ABSTRAK

Kristofel Fransiskus Abraham M. / 22150071 / 2020 / Pengaruh Harga, Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen di *Burger King* Mall Of Indonesia, Jakarta Utara / Pembimbing: Ir. Dergibson Siagian, M.M.

Kebutuhan utama manusia salah satunya adalah makanan, manusia tidak bisa hidup tanpa makanan sebagai sumber energi. Persaingan yang ketat juga dialami di dalam dunia kuliner, banyak restoran siap saji atau *fast food* yang mulai mendunia dengan ciri khasnya masing-masing. Dengan begitu bisnis dalam bidang makanan dan minuman semakin pesat berkembang. Di Indonesia sendiri terdapat berbagai jenis restoran siap saji yang menyediakan makanan dan minuman sesuai dengan kebutuhan para konsumen. Para konsumen pada saat ini dihadapkan dengan berbagai alternatif dalam memilih restoran. Perubahan perilaku masyarakat yang semakin mengarah ke berbagai hal praktis menjadi fenomena tersendiri bagi bisnis makanan di dunia. Hal ini dimanfaatkan *Burger King* untuk mengembangkan bisnisnya. Salah satu cara untuk memenuhi kepuasan para pelanggan adalah dengan memberikan kualitas layanan yang baik kepada para pelanggan dengan memperhatikan aspek penting ekonomi seperti harga yang layak untuk ditawarkan, sehingga pelanggan merasa puas dan keinginan serta kebutuhan juga terpenuhi dimana memiliki dampak pada loyalitas. Terkait hal itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen pada *Burger King* di Mall Of Indonesia, Jakarta Utara.

Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah definisi dari Harga, Kualitas Layanan, dan Loyalitas Konsumen beserta pengukuran – pengukurannya. Kemudian didukung oleh teori mengenai hubungan antara Harga dengan Loyalitas Konsumen, Kualitas Layanan dengan Loyalitas Konsumen.

Objek penelitian ini adalah restoran *Burger King* di Mall Of Indonesia, Jakarta Utara. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menyebarluaskan kuesioner secara online melalui *google form*, dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu non-probability sampling dengan pendekatan judgement sampling. Teknik analisis data yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah model persamaan struktural (*Structural Equation Modelling*) menggunakan WarpPLS 6.0 dan SPSS 20.0.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Dengan hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa tingkat harga dan kualitas layanan semakin baik maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah semua hipotesis yang ada telah terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara langsung.

Kata kunci : Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, Loyalitas Konsumen, *Burger King*.



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Keguruan Kwang)

Kristofel Fransiskus Abraham M. / 22150071 / 2020 / *Effect of Price, Quality of Service on Consumer Loyalty at Burger King Mall Of Indonesia, North Jakarta* / Supervisor: Ir. Dergibson Siagian, M.M.

ABSTRACT

1. Dilarang untuk sebagian besar
a. Pengumpulan hanya untuk penelitian pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyajian laporan,
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

One of the main needs of humans is food, humans cannot live without food as an energy source. Intense competition is also experienced in the culinary world, many fast food restaurants are starting to go global with their respective characteristics. With so business in the food and beverage sector is growing rapidly. In Indonesia itself there are various types of fast food restaurants or fast food that provide food and drinks according to the needs of consumers. Today's consumers are faced with various alternatives in choosing restaurants. Changes in community behavior that increasingly leads to various practical things become a phenomenon in itself for the food business in the world. This is used by Burger King to develop its business. One way to meet customer satisfaction is to provide good quality services to customers by paying attention to important aspects of the economy such as reasonable prices to offer, so that customers feel satisfied and their desires and needs are also met which has an impact on loyalty. Related to this the authors are interested in conducting research aimed to determine the effect of price and quality of service on consumer loyalty at Burger King at the Mall of Indonesia, North Jakarta.

The theory used to support this research is the definition of Price, Service Quality, and Consumer Loyalty along with its measurements. Then supported by theories about the relationship between Price and Consumer Loyalty, Service Quality and Consumer Loyalty.

The object of this research is the Burger King restaurant in Mall Of Indonesia, North Jakarta. Data collection method in this research is to distribute questionnaires online through Google form, with the sampling technique used is non-probability sampling with judgment sampling approach. Data analysis techniques used for model testing and data processing are structural equation modeling (Structural Equation Modeling) using WarpPLS 6.0 and SPSS 20.0.

The results of this study indicate that prices have a positive and significant effect on consumer loyalty, service quality has a positive and significant effect on consumer loyalty. With these results it can be stated that the level of price and service quality is getting better it can increase customer satisfaction. The conclusion of this study is that all existing hypotheses have been shown to have a positive and significant direct effect.

Keywords: Price Effect, Service Quality, Consumer Loyalty, Burger King.

KATA PENGANTAR



Hak cipta milik IBKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat – Nya yang melimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen dengan konsentrasi pemasaran di Kwik Kian Gie School of Business.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah banyak memberikan kontribusi kepada peneliti baik berupa petunjuk, penjelasan, pengarahan, bimbingan, serta motivasi dan semangat sehingga penulis skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih sebesar – besarnya kepada:

1. Bapak Ir. Dergibson Siagian, M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta arahan untuk membimbing dan memberikan arahan kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini.
2. Seluruh dosen dan staf pengajar Kwik Kian Gie School of Business yang telah mengajar dan memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi peneliti selama perkuliahan.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penentitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
3. Kakak-kakak dan keluarga besar yang senantiasa selalu mendoakan, mendukung, memotivasi, serta memberi semangat untuk penulis selama penyusunan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Seluruh teman – teman yang memberikan dukungan dan bantuan ketika penulis merasa kesulitan dalam menyusun skripsi, yaitu Cindy, Freddy, Darrent, Habil, dan Albert eldons.

5. Sahabat – sahabat yang selalu mendukung untuk cepat menyelesaikan skripsi ini serta memberikan saran, yaitu Willy, Darent, dan Chandra
6. Pihak – pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu peneliti dalam proses penyusunan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa penyusuan skripsi ini masih kurang sempurna

~~dan banyak~~ kekurangan mengingat keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis. Oleh karena itu saran dan kritik dari pembaca sangat bermanfaat bagi penulis. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Jakarta, Januari 2020

Kristofel Fransiskus Abraham

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 keperluan 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

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

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I. 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 II. KAJIAN PUSTAKA.....	6
A. Landasan Teori.....	6
1. Loyalitas Konsumen.....	6
a. Pengertian Loyalitas Konsumen.....	6
b. Tingkatan Loyalitas Konsumen.....	7
c. Indikator Loyalitas Konsumen.....	7
2. Jasa.....	8
a. Pengertian Jasa.....	8
b. Karakteristik Jasa.....	9
c. Bauran Pemasaran Jasa.....	10
3. Harga.....	13
a. Pengertian Harga.....	13
b. Penetapan Harga.....	13
c. Metode Penetapan Harga.....	15
d. Dimensi Harga.....	17
4. Kualitas Layanan.....	18
a. Pengertian Kualitas Layanan.....	18

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



b. Dimensi Kualitas Layanan.....	19
C. Penelitian Terdahulu.....	20
D. Kerangka Pemikiran.....	22
1. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen.....	22
2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen.....	22
E. Hipotesis Penelitian.....	24
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	25
A. Objek Penelitian.....	25
B. Desain Penelitian.....	25
C. Variabel Penelitian.....	27
1. Harga.....	27
2. Kualitas Layanan.....	28
3. Loyalitas Konsumen.....	29
D. Teknik Pengumpulan Data.....	29
E. Teknik Pengambilan Sampel.....	30
F. Teknik Analisis Data.....	30
1. Evaluasi Model Pengukuran.....	30
a. Uji Validitas.....	30
b. Uji Reliabilitas.....	30

(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa memberi sumber:	
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, pembahasan 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.	
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	
B. Analisis Deskriptif.....	
1. Uji Validitas.....	42
2. Uji Reliabilitas.....	44
3. Profil Responden.....	45
4. Analisis Variabel.....	46
a. Harga.....	46
b. Kualitas Layanan.....	47
c. Loyalitas Konsumen.....	49
2. Analisis Deskriptif.....	
a. Rata – rata hitung (<i>mean</i>).....	31
b. Analisis Persentase.....	32
c. Rata – Rata Tertimbang.....	32
d. Rentang Skala.....	33
e. Selang Kepercayaan.....	34
3. Skala Likert.....	
4. Penilaian <i>Overall Fit</i>	
5. Penilaian Model Struktural.....	
6. <i>Path Diagram</i>	
34	
35	
37	
38	
41	
41	
42	
42	
44	
45	
46	
46	
47	
49	



5. Penilaian Model <i>Fit</i>	51
6. Analisis Hubungan Kausal dan Pengujian Hipotesis.....	51
C. Hasil Penelitian.....	53
D. Pembahasan.....	54
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
A. Kesimpulan.....	56
B. Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN.....	60
(C) Hak Cipta BI 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 BI KKG.	
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun	

DAFTAR TABEL

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

1. Dilarang mengutip bagian atau sebagian kabar a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.	2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun	
DAFTAR TABEL		
Tabel 2.1: Penelitian Terdahulu I.....		20
Tabel 2.2: Penelitian Terdahulu II.....		21
Tabel 2.3: Penelitian Terdahulu III.....		21
Tabel 3.1: Butir Pertanyaan Harga.....		27
Tabel 3.2: Butir Pertanyaan Kualitas Layanan.....		28
Tabel 3.3: Butir Pertanyaan Loyalitas Konsumen.....		29
Tabel 3.4: Rentang Skala.....		35
Tabel 4.1: Pengujian Validitas Variabel Harga.....		43
Tabel 4.2: Pengujian Validitas Variabel Kualitas Layanan.....		43
Tabel 4.3 : Pengujian Validitas Variabel Loyalitas Konsumen.....		44
Tabel 4.4 : Hasil Uji Reliabilitas.....		45
Tabel 4.5: Responden Yang Membeli Dan Mengonsumsi Makanan Atau Minuman di Burger King Mall Of Indonesia, Jakarta Utara.....		45
Tabel 4.6: Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....		46
Tabel 4.7: Skor Rata – Rata Harga.....		46
Tabel 4.8: Skor Rata – Rata Kualitas Layanan.....		47
Tabel 4.9: Skor Rata – Rata Loyalitas Konsumen.....		49



Tabel 4.10 : Hasil Evaluasi Model Struktural.....50

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Tabel 4.11 : Pengaruh Antar Variabel.....53

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 GAMBAR

© Hak Cipta Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Gambar 21 : Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 31 : <i>Path Diagram</i>	39
Gambar 41 : Logo Burger King.....	42
Gambar 42 : Hasil Pengujian Hipotesis.....	52



1. Dilarang mengutip bagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

(C) Hak Cipta IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Lampiran I.....60 A. Instrumen Penelitian.....60 B. Hasil Pengumpulan Data.....63 Lampiran II.....76 A. Hasil Output.....76 Validitas (<i>Factor Loading</i> dan <i>P – Value</i>).....76 Reliabilitas (<i>Cronbach's Alpha</i>).....77 Profil Responden.....77 a. Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....77 b. Persentase Responden Berdasarkan Pernah Membeli Dan Mengonsumsi Makanan atau Minuman <i>Burger King</i> Di Mall Of Indonesia, Jakarta Utara.....78 4. Statistik Deskriptif Setiap Variabel.....78 a. Frekuensi Harga.....78 b. Frekuensi Kualitas Layanan.....79 c. Frekuensi Loyalitas Konsumen.....83 d. Total <i>Mean</i> dan Interval 95% Setiap Variabel.....85
---	---

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,
 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.



(C) 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.

(1) Harga.....	85
(2) Kualitas Layanan.....	86
(3) Loyalitas Konsumen.....	91
5. Hasil Evaluasi Model Struktural (Model <i>Fit</i>).....	94
6. Hasil Pengujian Hipotesis.....	95
7. Pengaruh Antar Variabel dan P – <i>Value</i>	95