

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN
DAN PENGALAMAN TERHADAP PERSEPSI NILAI
PELANGGAN DI PIZZA HUT DARMO
SURABAYA**



**OLEH:
Elisabeth Christin Liemantoro
3103012153**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2017**

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN
DAN PENGALAMAN TERHADAP PERSEPSI NILAI
PELANGGAN DI PIZZA HUT DARMO
SURABAYA**

SKRIPSI S1

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

Elisabeth Christin Liemantoro

3103012153

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN
DAN PENGALAMAN TERHADAP PERSEPSI NILAI
PELANGGAN DI PIZZA HUT DARMO
SURABAYA**

OLEH:

Elisabeth Christin Liemantoro
3103012153

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM.
Tanggal: 2 Maret 2017

Pembimbing II,



Dra. Ec. Maria Goretti Temengkol, MM.
Tanggal: 14/3/2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Elisabeth Christin Liemantoro

NRP : 3103012153

Telah diuji pada tanggal 15 Mei 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:



Prof. Dr. Drs. Ec. Teman Koesmono, MM.

Mengetahui:



Dekan,

Dr. Ludovicus Lasdi, MM., Ak., CA

NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc

NIK. 311.11.0678

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elisabeth Christin Liemantoro

NRP : 3103012153

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Pengalaman Terhadap Persepsi Nilai Pelanggan Di Pizza Hut Darmo Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya,

Yang menyatakan,



(Elisabeth Christin Liemantoro)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Pengalaman Terhadap Persepsi Nilai Pelanggan Di Pizza Hut Darmo Surabaya”, ini dengan baik. Maksud dan tujuan penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Program Pendidikan S1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis sangat bersyukur kerana telah mendapat banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sehingga penyusunan skripsi ini dapat selesai dengan baik untuk memenuhi syarat kelulusan Fakultas Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Dominicus Wahyu Pradana., SE., MM selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
4. Ibu Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM. selaku dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan saran dan nasehat serta meluangkan waktu, tenaga, pengertian, pikiran dan kesabaran dalam membimbing, mengarahkan serta memberikan petunjuk dan motivasi yang sangat berharga dari awal sampai akhir sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

5. Ibu Dra. Ec. Maria Goretti Temengkol, MM. selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan saran dan nasehat serta meluangkan waktu, tenaga, pengertian, pikiran dan kesabaran dalam membimbing, mengarahkan serta memberikan petunjuk dan motivasi yang sangat berharga dari awal sampai akhir sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Seluruh dosen dan Karyawan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya terima kasih atas dukungan dan bantuannya.
7. Papa dan mama (almh.) yang telah memberikan dukungan, kasih sayang, dan doanya sehingga penulis memiliki semangat hingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Tante yang telah memberikan dukungan, kasih sayang, dan doanya sehingga penulis memiliki semangat hingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Keluarga saya yang telah memberikan dukungan, kasih sayang, dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Mengingat keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam skripsi ini, oleh karena itu kritik maupun saran yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembaca. Karena itu, kritik dan saran yang membangun akan dijadikan pembelajaran oleh penulis di masa depan dan saya sebagai penulis memohon maaf apabila ada kesalahan dalam penulisan. Terima kasih. Tuhan Yesus memberkati kita semua.

Surabaya,

Elisabeth Christin Liemantoro

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Sistematika Penulisan	7
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Landasan Teori.....	11
2.2.1 Kualitas Produk.....	11
2.2.2 Kualitas Layanan.....	16
2.2.3 Pengalaman Pelanggan.....	19
2.2.4 Persepsi Nilai Pelanggan.....	21
2.2.5 Pengaruh Antar Variabel.....	26

2.3. Model Penelitian.....	28
2.4. Hipotesis.....	29
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1. Desain Penelitian	30
3.2. Identifikasi Variabel.....	30
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	30
3.4. Pengukuran Variabel.....	32
3.5. Jenis dan Sumber Data	33
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	33
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.8. Teknik Analisis Data.....	35
3.8.1 Uji Validitas.....	35
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	35
3.8.3 Analisis Regresi Berganda.....	36
3.8.4 Uji Koefisien Determinasi Berganda.....	36
3.8.5 Pengujian Hipotesis.....	37
3.8.6 Uji Asumsi Klasik.....	38
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1. Sampel Penelitian.....	40
4.2. Karakteristik Responden.....	41
4.3. Deskripsi Variabel Penelitian.....	45
4.4. Uji Validitas.....	51
4.5. Uji Reliabilitas.....	53
4.6. Hasil Analisis Regresi	53
4.6.1 Uji Asumsi Multikolinearitas.....	54
4.6.2 Uji Asumsi Heteroskedastisitas.....	54
4.6.3 Penyembuhan Terhadap Masalah Heteroskedastisitas.....	55
4.6.4 Uji Kecocokan Model	56

4.6.5 Uji Hipotesis.....	57
4.7. Pembahasan.....	57
4.7.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Persepsi Nilai Pelanggan.....	57
4.7.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Persepsi Nilai Pelanggan.....	59
4.7.3 Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Persepsi Nilai Pelanggan.....	61
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan.....	62
5.2. Saran.....	63
DAFTAR KEPUSTAKAAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....	9
Tabel 4.1. Proses Seleksi Sampel.....	40
Tabel 4.2. Jenis Kelamin Responden.....	41
Tabel 4.3. Usia Responden.....	42
Tabel 4.4. Pekerjaan Responden.....	43
Tabel 4.5. Pendidikan Responden.....	43
Tabel 4.6. Pendapatan Responden.....	44
Tabel 4.7. Frekuensi Makan 4 Bulan Terakhir Responden.....	45
Tabel 4.8. Interval Rata-rata Skor	46
Tabel 4.9. Statistik Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	47
Tabel 4.10. Statistik Deskripsi Variabel Kualitas Layanan.....	49
Tabel 4.11. Statistik Deskripsi Variabel Pengalaman Pelanggan....	50
Tabel 4.12. Statistik Deskripsi Variabel Persepsi Nilai Pelanggan.	51
Tabel 4.13. Validitas Variabel Penelitian	52
Tabel 4.14. Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4.15. Hasil Pengujian Multikolinearitas.....	54
Tabel 4.16. Hasil Uji Park.....	55
Tabel 4.17. Hasil Uji Kecocokan Model.....	56
Tabel 4.18. Ringkasan Hasil Uji t.....	57

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.2. Model Penelitian.....	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2a. Karakteristik Responden

Lampiran 2b. Hasil Kuesioner Variabel Kualitas Produk

Lampiran 2c. Hasil Kuesioner Variabel Kualitas Layanan

Lampiran 2d. Hasil Kuesioner Variabel Pengalaman Pelanggan

Lampiran 2e. Hasil Kuesioner Variabel Persepsi Nilai Pelanggan

Lampiran 3. Deskripsi Responden

Lampiran 4. Deskripsi Data

Lampiran 5. Uji Validitas

Lampiran 6. Uji Reliabilitas

Lampiran 7. Hasil Regresi

Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Pengalaman Terhadap Persepsi Nilai Pelanggan Di Pizza Hut Darmo Surabaya

ABSTRAK

Saat ini, setiap rumah makan/restoran berlomba-lomba untuk menarik pelanggan dengan memberikan kualitas produk (makanan), kualitas layanan dan pengalaman yang lebih baik untuk meningkatkan persepsi nilai pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan pengalaman terhadap persepsi nilai pelanggan di Pizza Hut Darmo Surabaya.

Sampel yang digunakan berjumlah 150 orang konsumen Pizza Hut Darmo di Surabaya. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa kualitas produk tidak signifikan sedangkan kualitas layanan dan pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi nilai pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Produk; Kualitas Layanan; Pengalaman Pelanggan; Persepsi Nilai Pelanggan.

The Influence Of Product Quality, Service Quality, And Experience Against The Perception Of The Value Of The Customer At Pizza Hut Surabaya Darmo

ABSTRACT

Currently, every restaurant trying to attract customers by providing quality products (food), service quality and a better experience to enhance the perception of the value of a customer. This research aims to examine the influence of product quality, service quality and customer experience against the perceived value of a customer in Pizza Hut Surabaya Darmo.

The sample used amounted to 150 people consumers Pizza Hut at Surabaya Darmo. Data were collected using a questionnaire. The technique used is the analysis of regression analysis. The results indicate that the products quality is not significant while service quality and the customer experience have positive and significant effect on customer perceived value.

Keywords: Product Quality; Service Quality; Customer Experience; Customers Perceived Value.