

**PENGARUH *PRICE, SERVICE QUALITY* DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA RESTORAN *PENANG'S HOUSE* DI SURABAYA**



**OLEH:**

**IMA ROHANA MANURUNG**

**3103010283**

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

**2014**

**PENGARUH *PRICE, SERVICE QUALITY* DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA RESTORAN *PENANG'S HOUSE* DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS WIDYA MANDALA SURABAYA  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen

OLEH:

IMA ROHANA MANURUNG  
3103010283

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2014

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *PRICE, SERVICE QUALITY* DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA RESTORAN *PENANG'S HOUSE* DI SURABAYA**

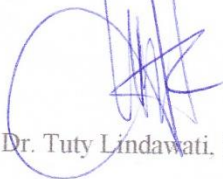
Oleh:

IMA ROHANA MANURUNG

3103010283

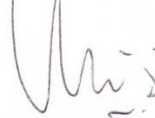
Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan  
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Tuty Lindawati, SE., MM

Pembimbing II,



Maria Mia, SE., MM

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Ima Rohana Manurung, NRP: 3103010283  
Telah diuji pada tahun 2014 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:

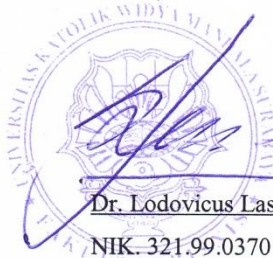
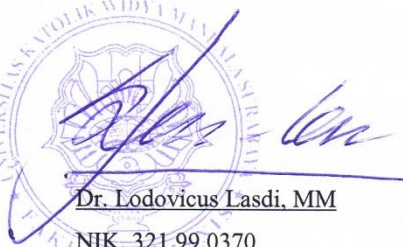


Dr. Diyah Tulipa, MM

NIK. 311.02.0543

Mengetahui:

Dekan,

  
  
Dr. Lodovicus Lasdi, MM  
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si

NIK. 311.99.0369

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 : Ima Rohana Manurung

NRP : 3103010283

Judul Skripsi : Pengaruh *price, service quality* dan *product quality* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada restoran *penang's house* di 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, 14 Januari 2015

Yang Menyatakan,



(Ima Rohana Manurung)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat yang dilimpahkan-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul " Pengaruh *price, service quality* dan *product quality* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada restoran *penang's house* di surabaya." Adapun penyusunan skripsi ini adalah persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Manajemen di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., MSi., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc., selaku Sekertaris Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
4. Bapak A.Y.Yan Wellyan Toni Putra SE., M.Si., selaku dosen wali yang membimbing dan memberi arahan dalam menimba ilmu.
5. Ibu Dr. Tuty Lindawati, SE., MM selaku dosen pembimbing I yang telah membantu dalam hal memberikan bimbingan dan memberikan saran kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. Ibu Maria Mia Kristanti, SE., MM selaku dosen pembimbing II yang telah membantu dalam hal memberikan bimbingan dan memberikan saran kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Ibu Christina Esti Susanti, MM., CPM(AP)., Bapak Hendro Susanto, SE., MM., dan Ibu Maria Mia Kristanti, SE., MM., selaku Dosen Rumpun Pemasaran Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen yang telah memberi seluruh ilmu pemasaran yang diperlukan untuk penyelesaian skripsi ini.
8. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Bisnis jurusan Manajemen yang telah membagikan pengalaman, pengetahuan, serta wawasan hingga diperoleh bekal dalam pembuatan skripsi ini.
9. Orang tua, Kakak, dan Adik-adik yang terus memberi dukungan baik moral dan materil serta doa bagi penulis untuk terus bersemangat dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Teman-teman seperjuangan yang selalu mendukung, membantu dan memberi arahan bagi penulis serta menemani dalam kondisi tersulit hingga terselesaikannya skripsi dengan baik, antara lain: Nevvy Olivia Lauw, Yemima Jequelin, Kelvin Adrian, dan sahabat-sahabat terdekat di Makassar dan Jakarta.
11. Seluruh teman-teman saya, khususnya mahasiswa Konsentrasi Pemasaran yang telah memberikan dukungan serta semangat yang berarti bagi penulis.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kelemahan dan kekurangan. Oleh karena itu, segala saran

Akhir kata, penulis berharap agar penulisan skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya. Penulis memohon maaf jika terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Terima kasih.

Surabaya, 14 Januari 2015

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'R.M.' followed by a stylized name.

Penulis



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>ABSTRACT</b> .....	xvi
<b>ABSTRAK</b> .....	xvii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	01
1.1 Latar Belakang.....	01
1.2 Rumusan Masalah.....	05
1.3 Tujuan Penelitian.....	06
1.4 Manfaat Penelitian.....	07
1.5 Sistematika Penulisan.....	07
<b>BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN</b> .....	09
2.1 Penelitian Terdahulu.....	09
2.2 Landasan Teori.....	11
2.2.1. <i>Customer Loyalty</i> .....	11
2.2.1.1. Definisi <i>Customer Loyalty</i> .....	11

2.2.1.2. Karakteristik <i>Customer Loyalty</i> .....	13
2.2.1.3. Tujuan dan Strategi Hubungan Pemasaran Dalam Membangun Kesetiaan Pelanggan.....	13
2.2.2. <i>Customer Satisfaction</i> .....	14
2.2.2.1. Definisi <i>Customer Satisfaction</i> .....	14
2.2.2.2. Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	16
2.2.2.3. Strategi Meraih dan Meningkatkan Kepuasan Pelanggan.....	17
2.2.2.4. Atribut Kepuasan Konsumen.....	18
2.2.3. <i>Price</i> .....	20
2.2.3.1. Definisi <i>Price</i> .....	20
2.2.3.2. Pendekatan dalam Penetapan Harga.....	22
2.2.3.3. Metode Penetapan Harga.....	23
2.2.3.4. Tujuan Penetapan Harga.....	23
2.2.3.5. Strategi Penyesuaian Harga.....	24
2.2.4. <i>Service Quality</i> .....	25
2.2.4.1. Definisi <i>Service Quality</i> .....	25
2.2.4.2. Dimensi <i>Service Quality</i> .....	27
2.2.4.3. Komponen <i>Service Quality</i> .....	28
2.2.4.4. Kriteria <i>Service Quality</i> .....	29
2.2.4.5. Unsur Bauran Jasa sebagai Pelayanan.....	30
2.2.5. <i>Product Quality</i> .....	31
2.2.5.1. Definisi <i>Product Quality</i> .....	31
2.2.5.2. Tingkatan Produk.....	32
2.2.5.3. Tahap Pengelolaan <i>Product Quality</i> .....	33
2.2.5.4. Dimensi <i>Product Quality</i> .....	34
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	35

2.3.1. Pengaruh <i>Price</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	35
2.3.2. Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	36
2.3.3. Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	37
2.3.4. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	38
2.3.5. Pengaruh <i>Price</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	39
2.3.6. Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	40
2.3.7. Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	41
2.4 Model Penelitian .....	42
2.5 Hipotesis .....	43
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b> .....	44
3.1 Desain Penelitian.....	44
3.2 Identifikasi Variabel.....	44
3.3 Definisi Operasional.....	45
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	47
3.4.1. Jenis Data.....	48
3.4.2. Sumber Data.....	48
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	48
3.6 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	49
3.6.1. Populasi.....	49
3.6.2. Sampel.....	49
3.6.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	50

3.7 Teknik Analisis Data.....	50
3.7.1. Teknik Pengujian Model SEM.....	51
3.7.1.1. Uji Normalitas.....	51
3.7.1.2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	51
3.7.2. Uji Kecocokan Seluruh Model.....	52
<b>BAB 4 HASIL dan PEMBAHASAN.....</b>	<b>54</b>
4.1 Karakteristik Responden.....	54
4.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	55
4.2.1. Statistik Deskriptif Variabel <i>Price</i> .....	56
4.2.2. Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i> .....	58
4.2.3. Statistik Deskriptif Variabel <i>Product Quality</i> .....	59
4.2.4. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	60
4.2.5. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	61
4.3 Analisis Data SEM .....	63
4.3.1. Uji Normalitas .....	63
4.3.2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	64
4.3.3. Uji Kecocokan Seluruh Model.....	66
4.3.4. Uji Kecocokan Model Struktural.....	67
4.4 Pembahasan .....	70
4.4.1. Pengaruh <i>Price</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada Restoran Penang’s House di Surabaya.....	70
4.4.2. Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada Restoran Penang’s House di Surabaya.....	71
4.4.3. Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada Restoran Penang’s House di Surabaya.....	72

4.4.4. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> pada Restoran Penang's House di Surabaya.....	73
4.4.5. Pengaruh <i>Price</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Melalui <i>Customer Satisfaction</i> pada Restoran Penang's House di Surabaya.....	74
4.4.6. Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Melalui <i>Customer Satisfaction</i> pada Restoran Penang's House di Surabaya.....	75
4.4.7. Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Melalui <i>Customer Satisfaction</i> pada Restoran Penang's House di Surabaya.....	76
<b>BAB 5 SIMPULAN dan SARAN</b> .....	77
5.1 Simpulan.....	77
5.2 Saran.....	79
<b>DAFTAR KEPUSTAKAAN</b> .....	81
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Penelitian Sekarang dan Penelitian Terdahulu.....10
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin....54
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....54
Tabel 4.3	Kriteria Evaluasi Jawaban Responden.....56
Tabel 4.4	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Price.....57
Tabel 4.5	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Service Quality.....58
Tabel 4.6	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Product Quality</i> .....59
Tabel 4.7	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....60
Tabel 4.8	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....61
Tabel 4.9	<i>Univariate Normality</i> .....63
Tabel 4.10	<i>Multivariate Normality</i> .....64
Tabel 4.11	Uji Validitas.....65
Tabel 4.12	Uji Reliabilitas.....66
Tabel 4.13	Uji Kecocokan Seluruh Model.....67
Tabel 4.14	Hasil Uji Kecocokan Model Struktural.....69

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian .....	42
Gambar 4.1 <i>Path Diagram T-Value</i> .....	68

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner

Lampiran 2: Tabulasi

Lampiran 3: Karakteristik Responden

Lampiran 4: Statistik Deskriptif

Lampiran 5: Uji Reliabilitas

Lampiran 6: Uji Normalitas

Lampiran 7: Uji Struktural *Equation Modeling*

Lampiran 8: *Path Diagram*



**THE EFFECT OF PRICE, SERVICE QUALITY AND PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION OF PENANG'S HOUSE RESTAURANT IN SURABAYA**

**Ima Rohana Manurung**  
**wondervonsatoshaus@gmail.com**

**ABSTRACT**

*Consumer satisfaction has become the pillars for any company to maintain a well-run business. Each company do the marketing strategy in order to compete with other competitors, also to offer products and services that can satisfy the desires and expectations of consumers. The purpose of doing marketing strategy is to create and build customer loyalty. Strategies such as price, service quality and product quality are some of the factors that can affect customer satisfaction and loyalty which is when price, service quality and product quality are well managed by the company, it can assist companies in the development and creation of customer satisfaction and loyalty. This study involved customers of Penang's House restaurant in Surabaya and the data obtained from customers will be processed using structural equation modeling supported by the use of LISREL 8.70 program. The data collected from the distribution of questionnaires to 150 respondents of restaurant Penang's House in Surabaya.*

*This study aims to describe the effect or relationship between pricing, service quality and product quality to customer loyalty through customer satisfaction at Penang's House Restaurant in Surabaya. The conclusions of the study have shown that there's a significant effect of the variable price, service quality and product quality to customer satisfaction and customer loyalty both directly and indirectly.*

**Keyword:** *Price, Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

# **PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA RESTORAN PENANG'S HOUSE DI SURABAYA**

**Ima Rohana Manurung**  
**wondervonsatoshaus@gmail.com**

## **ABSTRAK**

Kepuasan konsumen menjadi salah satu pilar bagi setiap perusahaan untuk mempertahankan bisnis yang dijalankan. Strategi pemasaran dilakukan perusahaan guna bersaing dengan pesaing lain agar produk dan jasa yang ditawarkan dapat memuaskan keinginan dan harapan konsumen. Strategi pemasaran yang adalah untuk menciptakan dan membangun loyalitas konsumen. Strategi pemasaran seperti harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk merupakan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen dimana ketika harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk dapat dikelola dengan baik oleh perusahaan dapat membantu perusahaan dalam proses pengembangan dan terciptanya kepuasan dan loyalitas konsumen. Penelitian ini melibatkan konsumen restoran Penang's House di Surabaya dan data yang diperoleh dari konsumen akan diolah dengan menggunakan model persamaan struktural yang didukung oleh penggunaan program LISREL 8.70. Data responden dikumpulkan dari hasil pembagian kuesioner kepada 150 responden restoran Penang's House di Surabaya.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh atau hubungan harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen pada Restoran Penang's House di Surabaya. Kesimpulan dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari variabel harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen baik secara langsung maupun secara tidak langsung.

**Kata Kunci:** Harga, Kualitas pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen