

Bidang Minat
Konsentrasi:
Pemasaran

**PENGARUH *PRICE*, DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*
PADA RESTORAN Kentucky Fried Chicken (KFC)
DI SURABAYA**



OLEH :
David Santoso
3103010096

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016**

**PENGARUH *PRICE*, DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*
PADA RESTORAN Kentucky Fried Chicken (KFC)
DI SURABAYA**

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

OLEH:

DAVID SANTOSO

3103010096

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *PRICE*, DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*
PADA RESTORAN K Kentucky Fried Chicken (KFC)
DI SURABAYA**

OLEH

DAVID SANTOSO

3103010096

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

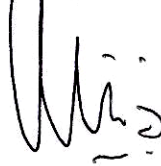
Pembimbing I,



Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM

Tanggal 15/01/2016

Pembimbing II,



Maria Mia Kristanti, SE., MM

Tanggal 15/01/2016

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: David Santoso, NRP: 3103010096. Telah diuji pada tanggal 30 January 2016 dan dinyatakan lulus oleh tim penguji:

Ketua Tim Penguji



Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM(AP)

NIK: 311.89.0163

Mengetahui



Dekan
Dr. Lodovicus Lasdi, MM., AK., CA
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 Unika Widya Mandala Surabaya:-

Saya yang bertandatangan di bawahini:

Nama : David Santoso

NRP : 3103010096

Judul Skripsi : Pengaruh *Price*, dan *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction*

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, 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, 05 February 2016



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala kelimpahan dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun maksud dan tujuan penulisan skripsi ini adalah guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penyusunan dan penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus atas pertolongan dan berkat anugerah-Nya dalam penulisan tugas akhir ini.
2. Segenap orang tua dan keluarga penulis atas dukungan doa serta kasih sayangnya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Bapak Robertus Sigit, SE, M.Sc., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
5. Dosen Pembimbing 1 Bapak Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM selaku Dosen Pembimbing I Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
6. Dosen Pembimbing 2 Ibu Maria Mia Kristanti, SE., MM selaku Dosen Pembimbing II Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

7. Segenap dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan.
8. Dan segenap keluarga, para sahabat, dan teman-teman saya dalam mendukung proses penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, dengan segala keterbatasan penulis dapat menerima saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Penulis mohon maaf jika terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini.

Surabaya,...February 2016

David Santoso

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSYARATAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Sistematika Penulisan.....	8
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Landasan Teori.....	11
2.2.1. <i>Price</i>	11
2.2.1.1. Definisi <i>Price</i>	11
2.2.1.2. Tujuan Penetapan <i>Price</i>	12
2.2.1.3. Indikator <i>Price</i>	13

2.2.2. <i>Service Quality</i>	14
2.2.2.1. Definisi <i>Service Quality</i>	14
2.2.2.2. Karakteristik <i>Service Quality</i>	14
2.2.2.3. Indikator <i>Service Quality</i>	15
2.2.3. <i>Customer Satisfaction</i>	16
2.2.3.1. Definisi <i>Customer Satisfaction</i>	16
2.2.3.2. Karakteristik <i>Customer Satisfaction</i>	17
2.2.3.3. Indikator <i>Customer Satisfaction</i>	17
2.2.4. <i>Customer Loyalty</i>	18
2.2.3.1. Definisi <i>Customer Loyalty</i>	18
2.2.3.2. Karakteristik <i>Customer Loyalty</i>	19
2.2.3.3. Indikator <i>Customer Loyalty</i>	19
2.3. Pengaruh Antar Variabel.....	20
2.3.1. Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	20
2.3.2. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	21
2.3.3. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	22
2.3.4. Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	22
2.3.5. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	23
2.5. Model Penelitian.....	24
2.6. Hipotesis Penelitian.....	25

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian.....	26
3.2. Identifikasi Variabel.....	26

3.3. Definisi Operasional Variabel.....	26
3.3.1. <i>Price</i>	26
3.3.2. <i>Service Quality</i>	27
3.3.3. <i>Customer Satisfaction</i>	28
3.3.4. <i>Customer Loyalty</i>	28
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	29
3.4.1. Jenis Data.....	29
3.4.2. Sumber Data.....	30
3.5. Pengukuran Variabel.....	30
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	30
3.6.1. Alat Pengumpulan Data.....	30
3.6.2. Metode Pengumpulan Data.....	31
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	31
3.7.1. Populasi.....	31
3.7.2. Sampel.....	31
3.7.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	31
3.8. Validitas dan Reliabilitas.....	32
3.8.1. Validitas.....	32
3.8.2. Reliabilitas.....	32
3.9. Teknik Analisis Data.....	33
3.9.1. Teknik Pengujian Model SEM.....	33
3.9.1.1. Uji Normalitas.....	33
3.9.2. Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	34

BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Karakteristik Obyek Penelitian.....	36
4.1.1. Usia Responden.....	36
4.1.2. Domisili.....	36

4.1.3. Pembelian Produk KFC.....	37
4.2. Analisis Deskripsi Variabel Penelitian.....	38
4.2.1. Deskripsi Variabel <i>Price</i>	38
4.2.2. Deskripsi Variabel <i>Service Quality</i>	40
4.2.3. Deskripsi Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	41
4.2.4. Deskripsi Variabel <i>Customer Loyalty</i>	42
4.3. Uji Kecocokan Model.....	43
4.4. <i>Structural Model</i>	46
4.5. Pengujian Hipotesis.....	49
4.6. Pembahasan.....	51

BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan Penelitian.....	54
5.2. Saran Penelitian.....	54
5.2.1. Saran Akademis.....	54
5.2.2. Saran Praktis.....	55

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1.	Penghargaan yang diraih KFC.....5
Tabel 2.1.	Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu dan Sekarang.....10
Tabel 3.9.	<i>Goodnes of Fit</i>37
Tabel 4.1.	Usia Responden.....37
Tabel 4.2.	Domisili.....37
Tabel 4.3.	Pembelian Produk KFC.....37
Tabel 4.4.	Interval Rata-Rata Variabel Penelitian38
Tabel 4.5.	Deskripsi Variabel <i>Price</i>38
Tabel 4.6.	Deskripsi Variabel <i>Service Quality</i>40
Tabel 4.7.	Deskripsi Variabel <i>Customer Satisfaction</i>41
Tabel 4.8.	Deskripsi Variabel <i>Customer Loyalty</i>42
Tabel 4.9.	<i>Measurement Model</i> Variabel Eksogen dan Endogen....43
Tabel 4.10.	Uji Normalitas Data <i>Univariate</i>45
Tabel 4.11.	Uji Normalitas Data <i>Multivariate</i>46
Tabel 4.12.	<i>Goodness of Fit Index</i>46
Tabel 4.13.	<i>Structural Equation</i>47
Tabel 4.14.	Pengujian Hipotesis.....49
Tabel 4.15.	Pengaruh Tidak Langsung.....50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Penelitian.....	24

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Kuesioner
- Lampiran 2: Data Karakteristik Responden
- Lampiran 3: Data Jawaban Responden
- Lampiran 4: Karakteristik Responden
- Lampiran 5: Output Lisrel
- Lampiran 6: Uji Reliabilitas
- Lampiran 7: Path Diagram

**PENGARUH *PRICE*, DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*
PADA RESTORAN Kentucky Fried Chicken (KFC)
DI SURABAYA**

ABSTRAK

Banyaknya bisnis *fastfood* akan meningkatkan persaingan, sehingga dengan tingkat persaingan tersebut maka dituntut untuk menciptakan keunggulan yang pada akhirnya menciptakan sikap loyalitas konsumen terhadap bisnis *fastfood* tersebut. Salah satu bisnis *fastfood* di Surabaya adalah KFC.

KFC merupakan salah satu tempat makan cepat saji yang menyajikan produk ayam dan produk yang berkaitan dengan daging ayam. KFC mendominasi pangsa pasar sebesar 45%, selanjutnya disusul oleh Restoran Sederhana dan McDonald's masing-masing sebesar 37% dan 25%. Sehingga KFC dapat menjadi obyek penelitian yang tepat.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti Pengaruh *Price*, dan *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada KFC di Surabaya. Teknik pengambilan sampling adalah *non probability sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 150 responden yang berusia minimal 17 tahun, berdomisili di Surabaya dan membeli produk KFC minimal 5 kali dalam 3 bulan. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis SEM dengan bantuan program LISREL.

Hasil analisis ini menunjukkan bahwa *Price* dan *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction*.

Kata kunci: *Price*, *Service Quality*, *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty*.

**EFFECT OF PRICE AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER
LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AT THE
RESTAURANT Kentucky Fried Chicken (KFC)
IN SURABAYA**

ABSTRACT

Fastfood many businesses will increase competition, so that the level of competition is then required to create advantages that ultimately create consumer loyalty to the attitude of the fast food business. One of the fast food business in Surabaya is KFC.

KFC is one of the fast-food restaurant serving chicken products and products related to chicken meat. KFC dominate a market share of 45%, then followed by McDonald's Restaurant Simple and respectively 37% and 25%. So that KFC can be the object of proper research.

The aim of this study was to examine the Influence of Price, and Service Quality on Customer Loyalty through Customer Satisfaction at KFC in Surabaya. Sampling technique is non-probability sampling. Used as a sample of 150 respondents aged at least 17 years, domiciled in Surabaya and purchase products KFC least 5 times within 3 months. The analysis technique used is the analysis of SEM with LISREL program assistance.

Results of this analysis indicate that the *Price* and *Service Quality* positive and significant impact on *customer loyalty* through the *Customer Satisfaction*.

Keywords: *Price, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*