

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS
YANG DI MEDIASI KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Kasus Pelanggan WHOPPER Burger King Thamrin City)**

SKRIPSI

**PRADITA DINDA LARASWATI
2114600163**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2019**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS
YANG DI MEDIASI KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Kasus Pelanggan WHOPPER Burger King Thamrin City)**

SKRIPSI

**PRADITA DINDA LARASWATI
2114600163**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA**

2019

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS YANG DI MEDIASI
KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Kasus Pelanggan WHOPPER Burger King Thamrin City)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Strata – 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian sumber informasi dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, dipublikasi ataupun plagiat, maka saya menerima sanksi sesuai peraturn perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 6 September 2019


PRADITA DINDA LARASWATI
NPM 2114600163

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

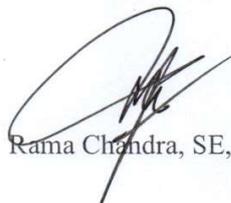
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS YANG DI MEDIASI
KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Kasus Pelanggan WHOPPER Burger King Thamrin City)**

dibuat untuk melengkapi sebagian penyerataan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Rama Chandra, SE, ME dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

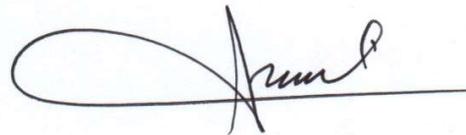
Jakarta, 6 September 2019

Pembimbing,

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Rama Chandra, SE, ME



Drs. Sumitro, MSc

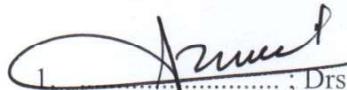
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

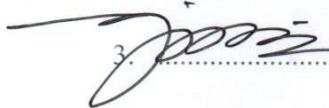
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS YANG DI MEDIASI
KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Kasus Pelanggan WHOPPER Burger King Thamrin City)**

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 23 September 2019 dengan nilai A

Panitia Ujian Skripsi

1.  ; Drs. Sumitro, MSc
(Kaprod S-1 Manajemen)

2.  ; Rama Chandra, SE, ME
(Pembimbing)

3.  ; Ir. Ginanjar Syamsuar, ME
(Anggota Penguji)

4.  ; Asep Saefurahman, SE., ME
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini, penulis sampaikan ungkapan terima kasih kepada :

1. Bapak Rama Chandra, SE, ME selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, MSc selaku Kepala Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
3. Bapak Drs. Sumitro, MSc selaku Kepala Program Studi S1-Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
4. Segenap Dosen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia atas Ilmu dan bimbingan yang telah diberikan selama menyelesaikan studi.
5. Kepada Orang tua peneliti (Bapak Agus dan Alm Ibu Ernawati) yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan do'a.
6. Ibu Nurfatimah Hannum, Bapak Basri, Bapak Rofik selaku pihak Burger King Thamrin City yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk meneliti di Burger King Thamrin City.
7. Segenap keluarga besar SMP Negeri 51 khususnya rekan-rekan tata usaha (Mba Diyah, Mas Rudi, Mas Fauzi, Mas Indra, Mas Ridwan dan Mba Dede) yang selalu memberikan motivasi, do'a dan dukungan untuk peneliti.
8. Segenap keluarga besar peneliti yang selalu memberikan do'a dan dukungan untuk peneliti.
9. Supriyono seorang yang dari awal percaya bahwa penulis dapat menyelesaikan semuanya.

10. Afiatur Rohmah yang telah banyak memberikan dukungan dan do'a untuk peneliti.
11. Teman seperjuangan (Fitri Suryani, Aida Salsabilla, Vera Yudhita, Risma Ayu Oktaviani, Riska Setiani, Jumayyah, Ajril, Ka Fitri, Nanda, Della, Nike, Ka Riki) yang sudah banyak membantu peneliti dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.
12. Semua teman-teman yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu, yang turut membantu serta selalu memberikan do'a, dukungan, dan semangat hingga terselesaikannya skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 6 September 2019

PRADITA DINDA LARASWATI
NPM 2114600163

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Pradita Dinda Laraswati
NPM : 2114600163
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-Exclusif Royalty - Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul:

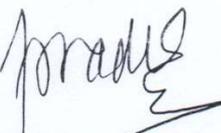
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS YANG DI MEDIASI
KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Kasus Pelanggan WHOPPER Burger King Thamrin City)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 6 September 2019

Yang menyatakan,


Pradita Dinda Laraswati

Pradita Dinda Iaraswati
NPK 2114600163
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :
Rama Chandra, SE, ME

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS YANG DI MEDIASI
KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Kasus Pelanggan WHOPPER Burger King Thamrin City)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk terhadap loyalitas yang di mediasi kepuasan pelanggan Burger King Thamrin City Jakarta dan pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas yang di mediasi kepuasan pelanggan, pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas yang di mediasi kepuasan pelanggan.

Strategi penelitian yang digunakan yaitu strategi asosiatif. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen Burger King yang berada di Thamrin City. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan kriteria yaitu konsumen yang membeli WHOPPER di Burger King Thamrin City. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* dengan instrumen pengumpulan data berupa kuesioner. Data yang diambil adalah data primer. Penelitian ini menggunakan *path analysis* dengan metode *Partial Least Square* yaitu menggunakan warfPLS 6.0.

Hasil penelitian menyatakan, kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas. Untuk efek mediasi, kepuasan pelanggan memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas dan kepuasan pelanggan memediasi secara penuh kualitas produk terhadap loyalitas.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas.

Pradita Dinda Iaraswati
NPK 2114600163
Program Studi S-1 Manajemen

Supervisor :
Rama Chandra, SE, ME

***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, AND PRODUCT QUALITY ON
LOYALTY MEDIATED BY CUSTOMER SATISFACTION
(Case Study of Consumers WHOPPER Burger King Thamrin City)***

ABSTRACT

The purpose of this research is to know the effect of service quality, product quality on loyalty mediated by customer satisfaction Burger King Thamrin City Jakarta, and the indirect influence of service quality on loyalty through customer satisfaction, the influence of product quality on loyalty through customer satisfaction.

The research strategy used is associative strategy. The population in this Burger King consumers who are in Thamrin City. Samples were taken as many as 100 respondents with criteria, consumers who bought WHOPPER at Burger King Thamrin City. The sampling technique used was purposive sampling with data collection instruments in the form of questionnaires. The data taken is primary data. This study uses path analysis with the Partial Least Square method using WarpPLS 6.0.

The result of the study concludes, service quality, product quality and customer satisfaction have a positive effect on loyalty. Service quality has a positive effect on customer satisfaction. Product quality has a positive effect on customer satisfaction. Customer satisfaction has a positive effect on loyalty. For mediating effects, the customer satisfaction a variable that mediates the service quality on customer loyalty and customer satisfaction a variable that mediates product quality on customer loyalty.

Keywords : Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction, Loyalty.

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|----------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI | ii |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING..... | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI..... | vii |
| ABSTRAK | viii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|-----------------------------------|---|
| 1.1. Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2. Perumusan Masalah | 5 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 6 |

BAB II KAJIAN PUSTAKA

| | |
|---|----|
| 2.1. Review Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu..... | 7 |
| 2.2. Landasan Teori..... | 11 |
| 2.2.1. LoyalitasPelanggan | 11 |
| 2.2.1.1. Keuntungan Memiliki Pelanggan Royal..... | 12 |
| 2.2.1.2. Karakteristik Loyalitas Pelanggan..... | 12 |
| 2.2.2. Definisi Kepuasan Pelanggan | 13 |
| 2.2.2.1 Indikator Kepuasan Pelanggan | 13 |
| 2.2.2.2. Tujuan Pengukuran..... | 14 |
| 2.2.3. Definisi Kualitas Produk..... | 15 |
| 2.2.3.1. Indikator Kualitas Produk..... | 15 |
| 2.2.4. Definisi Kualitas Pelayanan | 16 |

| | | |
|----------|---|----|
| 2.2.4.1. | Indikator Kualitas Pelayanan..... | 17 |
| 2.3. | Keterkaitan Antar Variabel Penelitian | 18 |
| 2.3.1. | Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan | 18 |
| 2.3.2. | Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan | 18 |
| 2.3.2. | Pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan | 19 |
| 2.3.2. | Pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan | 20 |
| 2.3.3. | Pengaruh Variabel Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan | 20 |
| 2.4. | Pengembangan Hipotesis | 21 |
| 2.5 | Kerangka Konseptual Penelitian..... | 21 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | | |
|----------|---------------------------------------|----|
| 3.1. | Strategi Penelitian | 23 |
| 3.2. | Populasi Dan Sampel | 23 |
| 3.2.1. | Populasi Penelitian..... | 23 |
| 3.2.2. | Sampel Penelitian..... | 24 |
| 3.3. | Data Dan Metode Pengumpulan Data..... | 24 |
| 3.3.1 | Teknik Pengumpulan Data..... | 25 |
| 3.4. | Operasionalisasi Variabel..... | 26 |
| 3.5. | Metode Analisis Data..... | 29 |
| 3.5.1. | Analisis Statistik Data..... | 29 |
| 3.5.1.1. | Deskripsi Responden | 29 |
| 3.5.1.2. | Deskripsi Jawaban Responden | 29 |
| 3.5.2. | Analisis Jalur..... | 30 |
| 3.5.2.1. | Analisis Outer Model..... | 33 |
| 3.5.2.2. | Analisis Inner Model | 34 |
| 3.5.2.3. | Uji Hipotesis | 35 |

BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN

| | |
|---|----|
| 4.1. Deskripsi Objek Penelitian..... | 37 |
| 4.2. Analisis Statistika Deskriptif..... | 39 |
| 4.2.1. Deskripsi Responden..... | 39 |
| 4.2.2. Deskripsi Jawaban Responden..... | 39 |
| 4.3. Deskripsi Variabel..... | 42 |
| 4.3.1. Indeks Persepsi Kualitas Produk..... | 42 |
| 4.3.2. Indeks Persepsi Kualitas Pelayanan..... | 43 |
| 4.3.3. Indeks Persepsi Kepuasan Pelanggan..... | 44 |
| 4.3.4. Indeks Persepsi Loyalitas Pelanggan..... | 45 |
| 4.4. Analisis Jalur..... | 46 |
| 4.4.1. Metode Penukuran (Outer Model)..... | 46 |
| 4.4.2. Analisis Inner Model..... | 48 |
| 4.4.3. Uji Hipotesis Dan Analisis Pengaruh Langsung..... | 49 |
| 4.4.4. Uji Hipotesis Dan Analisis Pengaruh Tidak Langsung.... | 54 |
| 4.5. Rangkuman Hasil Penelitian..... | 56 |

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

| | |
|----------------------|----|
| 5.1. Kesimpulan..... | 57 |
| 5.2. Saran..... | 58 |

| | |
|-----------------------|----|
| DAFTAR REFERENSI..... | 59 |
|-----------------------|----|

| | |
|---------------|----|
| LAMPIRAN..... | 60 |
|---------------|----|

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|--|----|
| Tabel 1.2 | Total Penjualan Periode Bulan Maret Dan April | 3 |
| Tabel 3.1 | Variabel, Indikator, Sub Indikator Kualitas Pelayanan..... | 27 |
| Tabel 3.2 | Variabel, Indikator, Sub Indikator Kualitas Produk | 28 |
| Tabel 3.3 | Variabel, Indikator, Sub Indikator Kepuasan Pelanggan | 28 |
| Tabel 3.4 | Variabel, Indikator, Sub Indikator Loyalitas Pelanggan..... | 28 |
| Tabel 4.1 | Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, Dan Pekerjaan | 39 |
| Tabel 4.2 | Deskripsi Responden Berdasarkan Kelompok Usia dan Pekerjaan | 40 |
| Tabel 4.3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk yang di Beli | 41 |
| Tabel 4.4 | Indeks Persepsi Skor Rata – rata Variabel Kualitas Produk | 42 |
| Tabel 4.5 | Indeks Persepsi Skor Rata – rata Variabel Kualitas Pelayanan | 43 |
| Tabel 4.6 | Indeks Persepsi Skor Rata – rata Variabel Kepuasan Pelanggan..... | 44 |
| Tabel 4.7 | Indeks Persepsi Skor Rata – rata Variabel Loyalitas Pelanggan | 45 |
| Tabel 4.8 | Nilai <i>Loading</i> Variabel Reflektif | 46 |
| Tabel 4.9 | Nilai <i>Composite Reability</i> | 47 |
| Tabel 4.10 | <i>Correlations among latent variables and errors</i> | 47 |
| Tabel 4.11 | Model <i>fit indeks</i> | 48 |
| Tabel 4.12 | <i>R Squared Contribution</i> | 49 |
| Tabel 4.13 | <i>Direct Effect</i> Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan | 51 |
| Tabel 4.14 | <i>Direct Effect</i> Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan | 51 |
| Tabel 4.15 | <i>Direct Effect</i> Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan | 52 |
| Tabel 4.16 | <i>Direct Effect</i> Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan | 53 |
| Tabel 4.17 | <i>Direct Effect</i> Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan | 53 |

| | |
|---|----|
| Tabel 4.15 <i>Effect Size</i> Kepuasan Pelanggan memediasi Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan..... | 54 |
| Tabel 4.15 <i>Effect Size</i> Kepuasan Pelanggan memediasi Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan..... | 55 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.5.1 Kerangka Konseptual Penelitian | 21 |
| Gambar 4.4 Model Penelitian | 50 |