

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA RUMAH MAKAN BAROKAH DI SURABAYA**



Oleh :

MUCHAMAD NUR WARI' MIFTAKHUDIN

NBI : 211207576

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2017**

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA RUMAH MAKAN BAROKAH DI SURABAYA**



Oleh :

MUCHAMAD NUR WARI' MIFTAKHUDIN

NBI : 211207576

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2017**

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Nama : MUCHAMAD NUR WARI' MIFTAKHUDIN
N. B. I : 211207576
Program Studi : MANAJEMEN
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN BAROKAH DI SURABAYA**

Surabaya, 03 Pebruari 2017

Mengetahui/Menyetujui
Pembimbing,

Drs. Ec. I B Cempena, MM.

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal : **10 Pebruari 2017**

TIM PENGUJI :

1. **Drs. Ec. I B Cempena, MM.**

2. **Dra. Ec. Endah Budiarti, M.Si.**

3. **drg. Pramita Studiviany, MM.**

TANDA TANGAN

- Ketua :

- Anggota :

- Anggota :

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan,

Dr. Sigit Sardjono, M.Ec

NPP. 20210.86.0070

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Yang Bertanda Tangan dibawah ini:

Nama : Muchamad Nur Wari' Miftakhudin
Agama : Islam
Alamat Rumah : Jl. Kalibokor II No.79 RT.07/RW.8 Surabaya

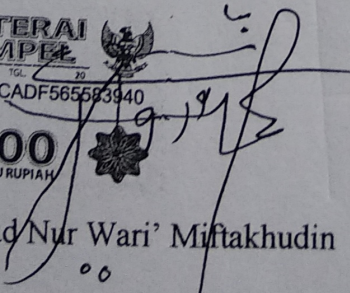
Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN
BAROKAH DI SURABAYA**

Adalah hasil kerja Tulisan saya sendiri bukan hasil plagiat dari karya Tulis Ilmiah Orang lain Baik berupa Artikel ; Skripsi; Thesis atau pun Disertasi. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi. Dan saya bertanggung jawab secara mandiri tidak ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Surabaya, 06-Februari- 2017

Yang membuat


METERAI
EMPEL
TGL. 20
7ECADF565583940
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Muchamad Nur Wari' Miftakhudin

**PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya mahasiswa:

Nama : Muchamad Nur Wari M
Nomor Mahasiswa : 211207576

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya memberikan kepada Badan Perpustakaan UNTAG Surabaya karya ilmiah saya yang berjudul :
Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Barokah Di Surabaya.

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada).

Dengan demikian saya memberikan kepada Badan Perpustakaan UNTAG Surabaya hak untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk media lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikannya di Internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya maupun memberikan royalti kepada saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Surabaya

Pada tanggal : 06 Februari 2017

Yang menyatakan


(Muchamad Nur Wari M.)

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN BAROKAH DI SURABAYA

Muchamad Nur Wari' Miftakhudin

Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk membuktikan dan menganalisa seberapa besar secara parsial dan simultan pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Barokah Di Surabaya, serta diantara variabel kualitas layanan dan persepsi harga manakah yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Barokah Surabaya.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai t hitung sebesar 2.270 dengan nilai Sig sebesar 0,025. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel 1.984 dan nilai Sig lebih kecil dari pada 0,05. Dengan demikian H₀ ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel kualitas layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Barokah. Berdasarkan hasil penelitian juga diperoleh nilai t hitung sebesar 4.073 dengan nilai Sig sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel 1.984 dan nilai Sig lebih kecil daripada 0,05. Dengan demikian H₀ ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Barokah. Kualitas Layanan dan Persepsi Harga mempunyai pengaruh secara bersama-sama dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Barokah. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai F hitung sebesar 12.009 dengan nilai Sig sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel 3.09 dan nilai Sig lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian H₀ ditolak dan H_a diterima. Artinya kualitas layanan dan harga secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil analisis regresi dapat diketahui bahwa variabel yang dominan adalah variabel persepsi harga (X₂) karena yang ditunjukkan dengan koefisien beta terbesar yaitu sebesar 0,387 sedangkan variable kualitas layanan (X₁) hanya memiliki nilai beta sebesar 0,155. Dan Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga (H₃) terbukti ditunjukkan dengan nilai beta terbesar terletak pada variable persepsi harga (X₂) sebesar 0,387. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel yang paling dominan adalah persepsi harga (X₂). Persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,520 + 0,155 X_1 + 0,387 X_2$$

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Harga mempunyai pengaruh yang paling dominan, maka hendaknya

perusahaan lebih memperhatikan tiap- tiap indikator dari variabel harga sehingga dapat lebih meningkatkan kepuasan pada diri konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Kepuasan Konsumen.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, karena hanya atas petunjuk dan pertolongan-Nya penulis dapat menyelesaikan pembuatan skripsi ini. Skripsi saya yang berjudul "**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN BAROKAH DI SURABAYA**", merupakan tugas akhir sebagai salah satu syarat guna menyelesaikan program studi sarjana (strata-1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Adapun terselesaikannya penulisan skripsi ini tidak lepas dari keikutsertaan pihak-pihak yang telah memberikan bantuan. Baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu tidak berlebihan sekiranya penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Hj. Prof. Dr. Drg. I.A. Brahmasari, Dipl. DHE, MPA selaku rektor Universitas 17 Agustus Surabaya, atas kebijaksanaannya untuk memberikan kesempatan dan fasilitas guna penulisan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sigit Sardjono, M.Ec selaku dekan Fakultas Ekonomi, atas kebijaksanaannya untuk memberikan kesempatan dan fasilitas guna penulisan skripsi ini.
3. Ibu Dra. Ec .I.A. Sri Brahmayanti, MM selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi yang selalu membantu dalam proses pengurusan nilai sampai dengan proses pendaftaran sidang.
4. Bapak Drs. Ec. I.B. Cempena, MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan motivasi-motivasinya guna penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan ilmunya sehingga bisa terselesaikannya skripsi ini.
6. Orang tua Ibu Rohma (Alm) / Ibu Sumiati Abah Warto dan saudara perempuan Adek Indah Wahyu P serta laki-laki Adek M Dimas Baihaqi tercinta dan keluarga besar saya dimana telah menjadi motivasi utama dan telah memberi semangat sehingga skripsi ini bisa selesai.
7. Pihak Rumah Makan Barokah yang telah memberikan saya izin dan memperbolehkan untuk melakukan penelitian ditempat rumah makannya sehingga skripsi ini bisa selesai.
8. Keluarga besar saya; M Syafi' udin, Adib, Fesha, Deka, Gilang, Nazal, Septian, Billy, Elis, Fitriani, Rendy, Seno, Andik firmansah, Edwin, Agus Rizal, veby, Feny, vanny, Shella, Hersiawan, M.Cholis andry, Zandy, KKN Kelompok 7 dan Grup Rea- Reo yang dari awal menemani dan membantu serta memberi semangat hingga terselesaikannya skripsi ini.

Tentunya dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat adanya kekurangan dan kelemahan yang mungkin terjadi. Hal inipun sudah merupakan usaha maksimal yang saya lakukan dan mengingat keterbatasan kemampuan yang saya miliki.

Namun ini tidak berarti bahwa saya menutup segala kemungkinan tentang adanya sara- saran demi adanya perbaikan dan kesempurnaan dari rekan pembaca. Saran yang baik masih saya perlukan sebagai bahan pengetahuan dan kesempurnaan karya ilmiah yang saya ciptakan berupa skripsi ini.

Dan akhirnya saya berharap semoga skripsi ini memberi manfaat bagi kita semua.

Surabaya,
Penulis

Muchamad Nur Wari' Miftakhudin

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman	
Judul.....	
i	
Halaman Pengesahan	
.....	iii
Pernyataan Anti Plagiat	
.....	iv
Lembar Pengesahan Ujian Skripsi	
.....	v
Motto dan Kata Persembahan	
.....	vi
Kata Pengantar	
.....	vii
Abstrak	
.....	
..	ix
Daftar Isi	
.....	
x	
Daftar Tabel	
.....	xv
Daftar Gambar	
.....	xvi
BAB I	
PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	
.....	1
1.2 Rumusan Masalah	

.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	
.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	
.....	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian	
Terdahulu.....	10
2.2 Tinjauan Pustaka/Landasan	
Teori.....	14
2.2.1 Manajemen	
Pemasaran.....	14
2.2.1.1 Pengertian	
Pemasaran.....	14
2.2.1.2 Konsep	
Pemasaran.....	16
2.2.2 Pemasaran	
Jasa.....	17
2.2.2.1 Pengertian Pemasaran	
Jasa.....	17
2.2.2.2 Karakteristik	
Jasa.....	18
2.2.3 Kualitas	
Layanan.....	19
2.2.3.1 Pengertian	
Kualitas.....	19
2.2.3.2 Pengertian	
Layanan.....	21
2.2.3.3 Pengertian Kualitas	
Layanan.....	22

2.2.4	
Persepsi.....	25
2.2.5 Pengertian	
Harga.....	29
2.2.5.1 Metode Penetapan	
Harga.....	29
2.2.5.2 Indikator	
Harga.....	31
2.2.5.3 Strategi Penyesuaian	
Harga.....	32
2.2.6 Kepuasan	
Konsumen.....	33
2.2.6.1 Faktor- Faktor yang Menentukan Tingkat Kepuasan	
Konsumen.....	34
2.2.6.2 Mengukur	
Kepuasan.....	36
2.2.7 Hubungan Antara Kualitas Layanan dan Persepsi	
Harga dengan Kepuasan	
Konsumen.....	38
2.3 Kerangka	
Konseptual.....	40
2.4	
Hipotesis.....	41

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain	
Penelitian.....	43
3.2 Tempat dan	

Waktu.....	44
3.3 Jenis Data dan Sumber	
Data.....	45
3.3.1 Jenis	
Data.....	45
3.3.1.1 Data Kuantitatif	
.....	45
3.3.1.2 Data Kualitatif	
.....	45
3.3.2 Sumber	
Data.....	46
3.3.2.1 Data Primer	
.....	46
3.3.2.2 Data Sekunder	
.....	46
3.4 Populasi dan	
Sampel.....	47
3.4.1 Populasi	
.....	47
3.4.2 Sampel	
.....	47
3.5 Teknik Sampling dan Besarnya	
Sampel.....	48
3.5.1 Teknik	
Sampling.....	48
3.5.2 Besarnya	
Sampel.....	48
3.6 Definisi Variabel dan Definisi	
Operasional.....	49
3.6.1 Definisi	
Variabel.....	49

3.6.2 Devinisi	
Operasional.....	50
3.7 Teknik Pengumpulan	
Data.....	51
3.8 Kerangka	
Konseptual.....	52
3.9 Proses Pengolahan	
Data.....	53
3.9.1 Editing	
.....	53
3.9.2 Coding	
.....	53
3.9.3 Tabulating	
.....	53
3.9.4 Verifikasi	
.....	53
3.10 Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis	
Data.....	54
3.10.1 Uji Kualitas	
Data.....	54
3.10.1.1 Uji	
Validitas.....	54
3.10.2 Analisis Regresi Linear	
Berganda.....	55
3.10.3 Koefisien Determinasi	
(R).....	56
3.10.4 Analisis Koefisien Korelasi Berganda	
(R ²).....	56
3.10.5 Pengujian	
Hipotesis.....	56
3.10.5.1 Uji Parsil	

(Ujit)..... 56

3.10.5.2 Uji Simultan

(Ujif)..... 57

BAB IV KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN

4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian

..... 59

4.1.1 Kondisi

Geografis..... 59

4.1.2 Kondisi

Demografis..... 59

4.2 Deskripsi O byek

Penelitian..... 60

4.2.1 Sejarah Singkat

Perusahaan..... 60

4.2.2 Profil

Pelanggan..... 62

4.2.3 Struktur Organisasi

Perusahaan..... 62

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Deskriptif Hasil Penelitian

..... 64

5.1.1 Deskriptif Responden

..... 64

5.1.1.1 Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

..... 64

5.1.1.2 Deskriptif Responden Berdasarkan Usia

.....

.....	65
5.1.1.3 Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	
.....	66
5.1.1.4 Deskriptif Responden Berdasarkan Penghasilan	
.....	67
5.1.2 Deskriptif Variabel Penelitian.....	68
5.1.2.1 Deskriptif Variabel Kualitas Layanan (X1).....	
.....	69
5.1.2.2 Deskriptif Variabel Persepsi Harga (X2)	
.....	70
5.1.2.3 Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	
.....	71
5.2 Uji Prasarat Analisis/Uji Instrumen	
.....	72
5.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	
.....	72
5.2.1.1 Uji Validitas	
.....	72
5.2.1.2 Uji Reliabilitas	
.....	74
5.2.2 Uji Regresi Linear Berganda	
.....	75
5.2.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	
.....	76
5.3 Pengujian Hipotesis	

.....	77
5.3.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	
.....	77
5.3.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	
.....	79
5.3.3 Uji Hipotesis Ketiga	
.....	80
5.4 Pembahasan Hasil Penelitian	
.....	81
5.4.1 Kualitas Layanan Mempunyai Pengaruh yang Signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Barokah	
.....	81
5.4.2 Persepsi Harga Mempunyai Pengaruh yang Signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Barokah.....	
.....	82
5.4.3 Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Mempunyai Pengaruh yang Signifikan secara bersama- sama Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Barokah.....	
.....	83
5.4.4 Variabel yang Paling Dominan antara Kualitas	

Layanan dan Persepsi Harga adalah Persepsi

Harga.....

83

5.4.5 Pembahasan Hasil Analisis Koefisien

Determinasi

(R²).....

84

BAB VI KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

..... 89

6.2 Implikasi

..... 90

6.3 Saran

..... 92

Daftar Pusaka

Lampiran

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Konseptual	40
3.1 kerangka Konseptual	52
3.2 Kurva Normal Uji t	57
3.3 Kurva Normal Uji f	58
4.1 Struktur Organisasi Rumah Makan Barokah	63

DAFTAR TABEL

5.1 Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
5.2 Deskriptif Responden Berdasarkan Usia	65
5.3 Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	67
5.5 Deskriptif Variabel Kualitas Layanan.....	69
5.6 Deskriptif Variabel Persepsi Harga.....	70
5.7 Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen	71
5.8 Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan	72
5.9 Uji Validitas Variabel Persepsi Harga	73
5.10 Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen	73
5.11 Uji Reliabilitas	74
5.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	75
5.13 Hasil Koefisien Determinasi	77
5.14 Uji Parsial (Uji t)	78
5.15 Uji Simultan (Uji f)	

