



consumer behavior

 UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN	<b>MILIK PERPUSTAKAAN</b> UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Ditulis	25 MAY 2007
Isi	3244/EM/HD.5/2007
Klasifikasi	R/ 658.8342 / Aki / 06
Seleksi Diproses :	

 UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN	UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA FAKULTAS EKONOMI Program Studi Manajemen
---	---

rel

**PENGARUH DIMENSI-DIMENSI *SERVICE QUALITY* DAN  
*TOTAL PERCEIVED PRICE* TERHADAP NIAT BELI  
KONSUMEN PADA RESTORAN CEPAT SAJI MCDONALD'S**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)  
Pada Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh  
Fransiska Atiek Kristianti  
NPM : 02.03.13397**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
SEPTEMBER, 2006**

**SKRIPSI**

**PENGARUH DIMENSI-DIMENSI *SERVICE QUALITY* DAN  
*TOTAL PERCEIVED PRICE* TERHADAP NIAT BELI  
KONSUMEN PADA RESTORAN CEPAT SAJI MCDONALD'S**

**Disusun oleh :**

**FRANSISKA ATIEK KRISTIANTI**

**NPM : 02 03 13397**

**Telah dibaca dan disetujui oleh :**

**Pembimbing Utama**



**W. Mahestu Noviandra K. SE., MScib**

**Tanggal 11 Agustus 2006**

**SKRIPSI**

**PENGARUH DIMENSI-DIMENSI *SERVICE QUALITY* DAN  
*TOTAL PERCEIVED PRICE* TERHADAP NIAT BELI  
KONSUMEN PADA RESTORAN CEPAT SAJI MCDONALD'S**

**Yang dipersiapkan dan disusun oleh :**

**Fransiska Atiek Kristianti**

**NPM : 02 03 13397**

**Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 9 September 2006  
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat  
Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

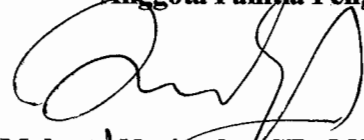
**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

**Ketua Panitia Penguji**

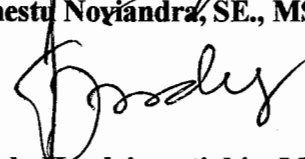


**MF. Shellyana Junaedi, SE., M.Si**

**Anggota Panitia Penguji**



**W. Mahestu Noyiandra, SE., MScib**

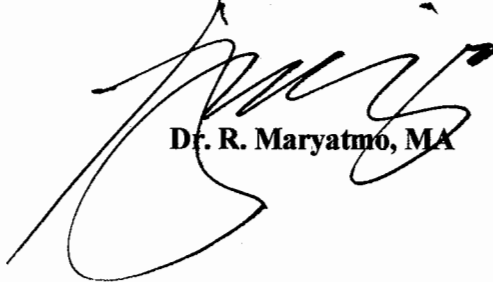


**Drs. A. Dedy Handrimurtjahjo, MBM**

**Yogyakarta, 9 September 2006**

**Dekan Fakultas Ekonomi**

**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Dr. R. Maryatmo, MA**

## **PERNYATAAN**

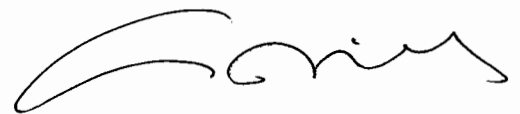
Saya, yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul :

**PENGARUH DIMENSI-DIMENSI *SERVICE QUALITY* DAN *TOTAL PERCEIVED PRICE* TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN PADA RESTORAN CEPAT SAJI MCDONALD'S**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut/ catatan kaki/ daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 9 September 2006

Yang menyatakan,



Fransiska Atiek Kristianti

## KATA PENGANTAR

Puji serta syukur pada Tuhan Yesus atas segala anugerah dan kasih karunia-Nya selama penulis menjalani kuliah hingga penyelesaian penulisan skripsi ini dengan judul “ PENGARUH DIMENSI-DIMENSI *SERVICE QUALITY* DAN *TOTAL PERCEIVED PRICE* TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN PADA RESTORAN CEPAT SAJI MCDONALD’S “

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana Ekonomi (S1) pada program studi manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam proses pembuatan skripsi ini, dari awal hingga akhir tentunya juga banyak melibatkan pihak-pihak dalam memberikan bantuan, arahan, bimbingan serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikannya. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesusku yang selalu mendampingi, membimbing, memberi bantuan saat saya menemukan masalah dalam proses penyelesaian skripsi ini.
2. Kedua orang tuaku yang sangat saya sayangi, yang senantiasa mendukung, mendoakan, sabar, pengertian, dan telah sangat banyak memberikan kasih sayang, materi, tenaga, waktu.
3. Ibu W. Mahestu Noviantra sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.

4. Kepada segenap Bapak/ Ibu dosen dan staf karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membimbing, memberikan bantuan pada saya selama menuntut ilmu.
5. Seluruh karyawan perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta atas bantuannya untuk mencari bahan pustaka.
6. Adikku tercinta, Antonius Priyo Heryudanto yang sudah sangat banyak membantu, turut mendoakan dan mendukung dalam proses penyelesaian skripsi ini.
7. Niko yang mau meluangkan waktu dan tenaga untuk membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Temanku, Ayu, Nica, dan Debie yang sudah sangat banyak membantu dan selalu mendukung hingga terselesainya skripsi ini.
9. Teman-teman skripsi, Dina, Sari, Mega, Lia untuk semua saran dan kritik serta dukungan yang telah diberikan.
10. Teman-teman KKN 2006 kelompok 35 Padukuhan Doplang, Gunungkidul : Viky "Solopok", Nica "Tongky", Aris "Polem", Putri "Oneng", Andry "Hue", Yana "Itrung", Adit "Odong", Mba Echi "Yujud",. Terima kasih atas semua dukungan dan doa yang telah kalian berikan.
11. Semua teman-temanku kelas B angkatan 2002 Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta
12. Anak-anak IRBI (Ikatan Remaja Bank Indonesia) yang sudah memberi motivasi dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.

13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah sangat membantu hingga terselesainya skripsi ini.

Penulis menyadari banyak kekurangan pada skripsi ini sehubungan dengan keterbatasan waktu, pikiran, dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak yang memerlukannya.

Yogyakarta, 11 Agustus 2006

Penulis



MOTTO

*Berikanlah yang terbaik untuk hari ini.....*

*Percayalah pada rencana Tuhan karena akan begitu indah  
pada waktunya.....*



*Kupersembahkan karyaku ini untuk :*

- *Tuhan Yesus Kristus yang amat kucintai*
- *Bapak dan ibuku tercinta*
- *Adikku yang tersayang, Anto*

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBNG.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
INTISARI.....	xvi
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
I.1. Latar Belakang Masalah.....	1
I.2. Perumusan Masalah.....	3
I.3. Batasan Masalah.....	3
I.4. Definisi Operasional.....	4
I.5. Tujuan Penelitian.....	4
I.6. Manfaat Penelitian.....	5
I.7. Hipotesis.....	5
I.8. Metodologi Penelitian.....	7

I.8.1. Metode Pengambilan Sampel.....	7
I.8.2. Metode Pengumpulan Data.....	7
I.8.3. Metode Pembobotan Instrumen.....	8
I.8.4. Metode Pengujian Instrumen.....	8
I.9. Metode Analisis Data.....	10
I.10. Sistematika Penulisan.....	12
 BAB II : LANDASAN TEORI	
II.1. Perilaku Konsumen.....	14
II.1.1. Model Perilaku Konsumen.....	14
II.1.2. Karakteristik Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	16
II.2. Proses Pembuatan Keputusan Pembelian Konsumen.....	24
II.2.1. Faktor-Faktor Penentu Tingkat Keterlibatan Konsumen Dalam Pembelian.....	28
II.2.2. Jenis-Jenis Perilaku Keputusan Pembelian.....	29
II.3. Jasa.....	31
II.3.1. Kategori-Kategori Bauran Jasa.....	31
II.3.2. Mengelola Kualitas Jasa.....	32
II.4. <i>Service Quality</i> .....	33
II.5. <i>Perceived Price</i> .....	34
II.6. Niat Beli Konsumen.....	35
II.6.1. Kepercayaan dan Sikap.....	35
II.6.2. Sikap Terhadap Perilaku.....	36
II.6.3. Niat dan Perilaku.....	37

II.7.Model Penelitian.....	38
<b>BAB III : ANALISIS DATA</b>	
III.1.Gambaran Umum Penelitian.....	39
III.2.Analisis Persentase.....	39
III.2.1.Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
III.2.2.Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan Untuk Makan Di Luar.....	40
III.3.Pembobotan dan Pengujian Instrumen.....	41
III.3.1.Pembobotan Instrumen.....	41
III.3.2.Uji Validitas.....	41
III.3.3.Uji Reliabilitas.....	46
III.4.Analisis Regresi Berganda.....	48
III.4.1.Pengaruh <i>Service Quality</i> dan <i>Total Perceived Price</i> Terhadap Niat Beli Konsumen.....	48
III.4.1.1.Uji Simultan.....	48
III.4.1.2.Uji Parsial.....	50
III.4.2.Pengaruh Dimensi-Dimensi Dalam <i>Service Quality</i> dan <i>Total                 Perceived Price</i> Terhadap Niat Beli Konsumen.....	53
III.4.2.1.Uji Simultan.....	54
III.4.2.2.Uji Parsial.....	55
<b>BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
IV.1.Kesimpulan.....	65
IV.2.Saran.....	66

IV.3.Keterbatasan.....68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 3.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan Untuk Makan Di Luar.....	40
Tabel 3.3. Hasil Uji Validitas Item-item Dimensi <i>Reliability</i> .....	42
Tabel 3.4. Hasil Uji Validitas Item-item Dimensi <i>Responsiveness</i> .....	43
Tabel 3.5. Hasil Uji Validitas Item-item Dimensi <i>Assurance</i> .....	43
Tabel 3.6. Hasil Uji Validitas Item-item Dimensi <i>Empathy</i> .....	44
Tabel 3.7. Hasil Uji Validitas Item-item Dimensi <i>Tangible</i> .....	44
Tabel 3.8. Hasil Uji Validitas Item-item Dimensi <i>Monetary</i> .....	45
Tabel 3.9. Hasil Uji Validitas Item-item Dimensi <i>Nonmonetary</i> .....	45
Tabel 3.10. Hasil Uji Validitas Item-item Niat Beli.....	46
Tabel 3.11. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	47
Tabel 3.12. Uji F <i>Service Quality</i> dan <i>Total Perceived Price</i> .....	48
Tabel 3.13. Uji T <i>Service Quality</i> dan <i>Total Perceived Price</i> .....	50
Tabel 3.14. Uji F Dimensi-dimensi <i>Service Quality</i> dan <i>Total Perceived Price</i> .....	54
Tabel 3.15. Uji T Dimensi-dimensi <i>Service Quality</i> dan <i>Total Perceived Price</i> .....	56

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1. Model Perilaku Konsumen.....	15
Gambar II.2. Karakteristik Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	24
Gambar II.3. Proses Pembuatan Keputusan Pembelian Konsumen.....	27
Gambar II.4. Model Penelitian.....	38



**PENGARUH DIMENSI-DIMENSI *SERVICE QUALITY* DAN  
*TOTAL PERCEIVED PRICE* TERHADAP NIAT BELI  
KONSUMEN PADA RESTORAN CEPAT SAJI MCDONALD'S**

Disusun oleh :

Fransiska Atiek Kristianti

NPM : 02.03.13397

Pembimbing Utama

W. Mahestu Noviandra K. SE. Mscib.

**Intisari**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi-dimensi *service quality* dan *total perceived price* terhadap niat beli konsumen pada restoran cepat saji McDonald's.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah : (1) Pengumpulan data dengan kuesioner, (2) Kajian Literatur, (3) Pengujian instrumen penelitian dengan uji validitas dan uji reliabilitas, dan (4) Analisis data dengan metode Regresi Berganda.

Hasil analisis dari penelitian ini : pada regresi pertama diperoleh hasil *service quality* dan *total perceived price* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat beli konsumen restoran cepat saji McDonald's. Pada regresi kedua diperoleh hasil dimensi keandalan, dimensi keyakinan, dimensi berwujud, dan dimensi moneter berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen restoran cepat saji McDonald's ; sedangkan dimensi daya tanggap, dimensi empati, dan dimensi non-moneter tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen restoran cepat saji McDonald's.

Kata kunci : *service quality*, *total perceived price*, dan niat beli konsumen