

**Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Percieved Value*, dan Kepuasan Konsumen terhadap Niat
Membeli Tiket pada Acara Ngopi di Museum**

Skripsi

Untuk memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Manajemen

(S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

Leonardo Litmalem Ginting

NPM: 140321199

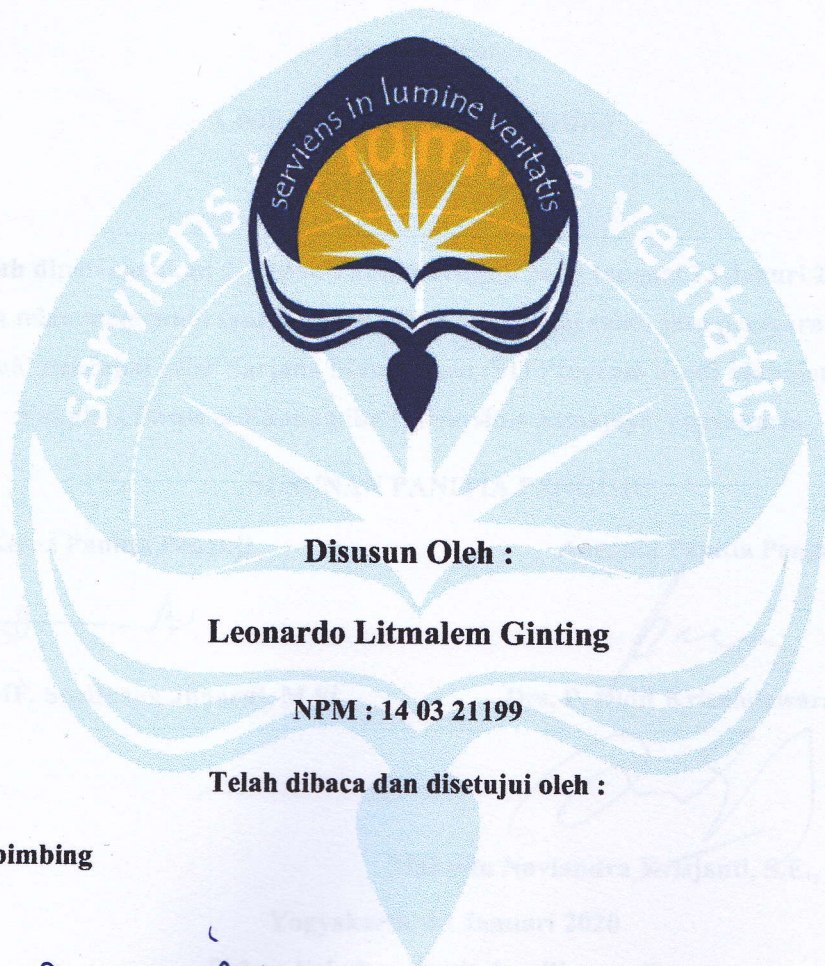
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2020

SKRIPSI

**Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Percieved Value*, dan Kepuasan
Konsumen terhadap Niat Membeli Tiket pada Acara Ngopi di
Museum**



Disusun Oleh :

Leonardo Litmalem Ginting

NPM : 14 03 21199

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing

Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, SE. M. Si

16 Desember 2019

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *PERCEIVED VALUE*, DAN
KEPUASAAN KONSUMEN TERHADAP NIAT MEMBELI TIKET PADA
ACARA NGOPI DI MUSEUM**

Disusun oleh:

Leonardo Litmalem Ginting

NPM: 14 03 21199

**Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 13 Januari 2020
dan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1) Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis & Ekonomika Universitas Atmajaya Yogyakarta**

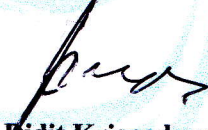
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si.

Anggota Panitia Penguji



Drs. P. Bidit Krisnadewara, MM



Mahestu Noviandra Krisjanti, S.E., M.Sc. IB, Ph.D.

Yogyakarta, 13 Januari 2020

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Badi Suprpto, MBA., Ph.D.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

“Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Percieved Value*, dan Kepuasan Konsumen terhadap Niat Membeli Tiket pada Acara Ngopi di Museum”

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan, catatan perut dan 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, 16 Desember 2019

Yang menyatakan



Leonardo Litmalem Ginting

KATA PENGANTAR

Terima kasih saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, berkat rahmat dan kuasa-Nya penulis berhasil menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik dari awal hingga akhir. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Judul yang diajukan penulis adalah:

Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Percieved Value*, dan Kepuasan Konsumen terhadap Niat Membeli Tiket pada Acara Ngopi di Museum

Dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak lepas dari binaan, bimbingan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada:

1. Tuhan YME yang selalu mendukung, mengarahkan, membina dan memberikan segenap kekuatan yang saya butuhkan dalam setiap proses penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, SE., M.Si sebagai dosen pembimbing yang senantiasa membimbing dengan senantiasa, serta meluangkan waktu dan memberikan arahan dengan baik.
3. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan bekal pelajaran selama penulis duduk di bangku kuliah.
4. Orang tua saya yang selalu memberikan dukungan dan selalu bertanya “Kapan lulus ?” yang sangat saya cintai.
5. Kaki Langit Coffee tempat kerja saya yang selalu pengertian dan menyediakan tempat buat saya untuk mengerjakan skripsi ini.
6. Semua responden yang bersedia mengisi kuesioner untuk mendapatkan data penelitian dalam meraih gelar sarjana serta dukungan.

7. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan segala kritik maupun saran yang ada dapat diterima dengan senang hati demi perbaikan penelitian yang serupa yang akan dilakukan di masa mendatang. Semoga, skripsi ini mampu memberikan manfaat bagi penelitian selanjutnya dan bagi semua orang yang membacanya.



Yogyakarta, 16 Desember 2019

Leonardo Litmalem Ginting

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Percieved Value, dan Kepuasan Konsumen terhadap Niat Membeli Tiket pada Acara Ngopi di Museum

Disusun Oleh :

Leonardo Litmalem Ginting

NPM : 14 03 21199

Pembimbing

Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, SE., M.Si.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, *percieved value*, dan kepuasan konsumen terhadap niat membeli tiket pada Acara Ngopi di Museum. Subjek penelitian ini melibatkan responden yang pernah mengikuti Acara Ngopi di Museum. Penelitian dilakukan pada 123 responden dengan menggunakan alat analisis *One Way ANOVA*, regresi sederhana, dan regresi berganda, dimana untuk menguji hipotesis dari pengaruh variabel-variabel seperti kualitas pelayanan pusat dan *peripheral*, *percieved value*, dan kepuasan layanan pusat, umum, dan *peripheral* serta niat beli.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan pusat dan *peripheral* berpengaruh positif terhadap *percieved value*. Variabel *percieved value* berpengaruh positif terhadap kepuasan layanan pusat, umum, dan *peripheral*, sementara variabel kualitas layanan pusat tidak berpengaruh terhadap niat pembelian. Variabel kualitas pelayanan *peripheral* berpengaruh positif terhadap niat pembelian. Variabel *percieved value* berpengaruh positif terhadap niat pembelian. Variabel kepuasan layanan umum berpengaruh positif terhadap niat pembelian.

Kata kunci : kualitas pelayanan, *percieved value*, kepuasan konsumen, niat beli

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	

2.1 Kerangka Konsep	9
2.1.1 Kualitas Pelayanan	9
2.1.2 <i>Perceived Value</i>	10
2.1.3 Kepuasan Konsumen.....	12
2.1.4 Niat Pembelian	14
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Pengembangan Hipotesis dan Model Penelitian	16
2.3.1 Pengaruh Kualitas Layanan Pusat terhadap <i>Perceived Value</i>	19
2.3.2 Pengaruh Kualitas Layanan <i>Peripheral</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	20
2.3.3 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap Kepuasan Layanan Umum ...	21
2.3.4 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap Kualitas Layanan Pusat.....	22
2.3.5 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap Kepuasan Layanan <i>Peripheral</i>	22
2.3.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan Pusat terhadap Niat Pembelian	23
2.3.7 Pengaruh Kualitas Layanan <i>Peripheral</i> terhadap Niat Pembelian.	23
2.3.8 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap Niat Pembelian.....	24
2.3.9 Pengaruh Kepuasan Layanan Umum terhadap Niat Pembelian.....	25

2.3.10 Pengaruh Kepuasan Layanan Pusat terhadap Niat Pembelian.....	25
2.3.11 Pengaruh Kepuasan Layanan <i>Perpheral</i> terhadap Niat Pembelian	26
2.3.12 Model Penelitian	27

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian	28
3.2 Populasi dan Sampel	28
3.3 Teknik Pengumpulan Data	30
3.4 Uji Instrumen.....	32
3.4.1 Uji Validitas	32
3.4.2 Uji Reliabilitas.....	34
3.5 Uji Instrumen.....	35
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	35
3.5.2 Analisis Regresi Sederhana.....	31
3.5.3 Analisis Regresi Berganda	36
3.5.4 Analisis <i>One Way Anova</i>	38

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Statistik Deskriptif Responden.....	39
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	41
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	41
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi.....	42
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu.....	43
4.2 Data <i>Mean Arithmetic</i>	43
4.3 Analisis <i>One Way ANOVA</i>	46
4.3.1 Uji <i>One Way ANOVA</i> Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.3.2 Uji <i>One Way ANOVA</i> Berdasarkan Pendapatan.....	48
4.4 Analisis Regresi Linear Sederhana dan Berganda.....	49
4.4.1 Pengujian Pengaruh Kualitas Layanan Pusat, Kualitas Layanan <i>Peripheral</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	49
4.4.2 Pengujian Pengaruh Kualitas Layanan Pusat, Kualitas Layanan <i>Peripheral</i> terhadap Niat Beli.....	51

4.4.3 Pengujian Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap Niat Beli	53
4.4.4 Pengujian Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap Kepuasan Layanan Umum	54
4.4.5 Pengujian Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap Kepuasan Layanan Pusat.....	55
4.4.6 Pengujian Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap Kepuasan Layanan <i>Peripheral</i>	57
4.4.7 Pengujian Pengaruh Kepuasan Layanan Umum, Kepuasan Layanan Pusat, Kepuasan Layanan <i>Peripheral</i> terhadap Niat Pembelian.....	58
4.5 Pembahasan.....	60
4.5.1 Ringkasan Hasil Penelitian.....	65

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Implikasi Manajerial	68
5.3 Keterbatasan Penelitian	70
5.4 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	70

DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	75



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tabel Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1	Skala Likert.....	31
Tabel 3.2	Kisi-kisi Instrumen Penelitian	31
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas	32
Tabel 3.5	Hasil Uji Reliabilitas.....	34
Tabel 4.1	Distribusi Jumlah Kuisioner	39
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	41
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi.....	42
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Berkunjung	43
Tabel 4.8	Data <i>Mean Arithmetic</i>	44
Tabel 4.9	Uji <i>One Way ANOVA</i> Jenis Kelamin pada <i>Event Ngopi</i> di Museum ...	46

Tabel 4.10	Hasil Uji <i>One Way ANOVA</i> Pendapatan per Bulan	48
Tabel 4.11	Hasil Uji Persamaan Regresi (1).....	49
Tabel 4.12	Hasil Uji Persamaan Regresi (2).....	51
Tabel 4.13	Hasil Uji Persamaan Regresi (3).....	53
Tabel 4.14	Hasil Uji Persamaan Regresi (4).....	54
Tabel 4.15	Hasil Uji Persamaan Regresi (5).....	55
Tabel 4.16	Hasil Uji Persamaan Regresi (6).....	57
Tabel 4.17	Hasil Uji Persamaan Regresi (7).....	58
 DAFTAR GAMBAR 		
Gambar 1.1	Perkembangan Konsumsi Kopi di Indonesia	3
Gambar 2.1	Model Penelitian	27