

**PENGARUH ATRIBUT KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN**

(Studi Pada Konsumen McDonald's Yogyakarta)

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Mencapai Derajat Sarjana Manajemen (S1) Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Agnes Felinda Nugraheni

NPM :16 03 23043

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2021

SKRIPSI
PENGARUH ATRIBUT KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Pada Konsumen McDonald's Yogyakarta)

Disusun oleh :

Agnes Felinda Nugraheni

NPM :16 03 23043

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing

Daniel Yudhistya Wardhana, SE., MEI.

6 Mei 2021



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

SURAT KETERANGAN

No. 434/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Kamis, 6 Mei 2021 dengan susunan penguji sebagai berikut:

1. Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc.IB., Ph.D. (Ketua Penguji)
2. Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. (Anggota)
3. Daniel Yudistya Wardhana, SE., MEI. (Anggota)

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Agnes Felinda

NPM : 160323043

Dinyatakan

Lulus Tanpa Revisi

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.
SISNIS DAN EKONOMIKA

PERNYATAAN

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

PENGARUH ATRIBUT KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

(Studi Pada Konsumen McDonald's Yogyakarta)

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung 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 ijasah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 5 April 2021

Yang menyatakan



Agnes Felinda Nugraheni

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas berkatnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Atribut Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen McDonald’s Yogyakarta)”.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, peneliti mendapat bimbingan, dukungan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus atas berkat dan penyertaanNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Keluarga tersayang Papa, Mama, dan Cindut yang selalu memberikan dukungan doa, motivasi, dan kasih sayang kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi.
3. Daniel Yudistya Wardhana, SE., MEI. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu serta memberikan bantuan dan arahan dalam penyusunan skripsi.

4. Seluruh dosen dan staff Universitas Atma Jaya Yogyakarta khususnya Fakultas Bisnis dan Ekonomika yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama perkuliahan.
5. Aga, Amik, Sasmila, dan Rosa yang selalu memberikan dukungan, saran, serta tidak pernah bosan mendengarkan keluhan dikala penulis bingung dalam mengerjakan skripsi.
6. Adrian, Abri, Christo, Rolland, Tasya, Anas, Maria, Taby, Vinz, dan Natnat sebagai sahabat penulis yang selalu memberikan dukungan doa, semangat dan canda tawa hingga saat ini.
7. Billy yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis selama mengerjakan skripsi.
8. Guppy Indonesia, Bos Blue Production, Teman Online, Club Esmod 21 yang selalu memberikan semangat dan hiburan kepada penulis selama mengerjakan skripsi.
9. Seluruh anggota HMPSM dan divisi PR, terima kasih atas dinamika dan pengalaman selama organisasi.
10. Teman-teman KKN 76 Kelompok 93 Klangon, terima kasih sudah menjadi bagian akhir dari cerita perkuliahan saya.
11. Responden yang telah membantu penulis memperoleh data, terima kasih telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Segala kritik maupun saran yang bersifat membangun akan penulis terima dengan senang hati. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua orang yang membacanya serta dapat berguna bagi penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 5 April 2021

Penulis



Agnes Felinda Nugraheni



MOTTO

“I Can Do All Things Through Christ Who Strengthens Me.”

--Philippians 4:13

“Always be brave to take a step”

--Honey Kwok

“One Of The Lessons That I Grew Up With Was To Always Stay True To Yourself And Never Let What Somebody Else Says Distract You From Your Goals.”

--Michelle Obama

“Risk comes from not knowing what you're doing.”

“Price is what you pay. Value is what you get.”

--Warren Buffett

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
SURAT KETERANGAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
MOTTO.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Batasan Penelitian.....	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
1.6. Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1. Manajemen Pemasaran	11
2.1.1. Definisi Manajemen Pemasaran	11
2.1.2. Filosofi Manajemen Pemasaran.....	12
2.2. Kualitas Layanan	14
2.2.1. Definisi Kualitas Layanan	14
2.2.2. Dimensi Kualitas Layanan.....	15
2.3. Kepuasan Konsumen	17

2.3.1. Definisi Kepuasan Konsumen	17
2.3.2. Dimensi Kepuasan Konsumen.....	18
2.4. Penelitian Terdahulu	20
2.5. Kerangka Penelitian.....	25
2.6. Hipotesis Penelitian	25
2.6.1. Pengaruh Fasilitas Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen	25
2.6.2. Pengaruh Keandalan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	26
2.6.3. Pengaruh Kecepatan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	27
2.6.4. Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Konsumen	27
2.6.5. Pengaruh Empati Terhadap Kepuasan Konsumen.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	30
3.1. Jenis Penelitian	30
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian	30
3.3. Obyek dan Subyek Penelitian.....	30
3.4. Populasi, Sampel dan Metode Penentuan Jumlah Sampel.....	31
3.4.1. Populasi	31
3.4.2. Ukuran Sampel.....	31
3.4.3. Metode Pengambilan Sampel	31
3.5. Definisi Operasional Variabel Penelitian, Indikator dan Item Pertanyaan	33
3.6. Metode Pengumpulan Data	34
3.7. Metode Pengukuran Data.....	35
3.8. Metode Pengujian Instrumen	36
3.8.1. Uji Validitas.....	36
3.8.2. Uji Reliabilitas	39
3.9. Metode Analisis Data.....	41
3.9.1. Analisis Karakteristik Demografi Responden	41
3.9.2. Analisis Deskriptif	41

3.9.3. Analisis Regresi	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1. Karakteristik Demografi Responden	47
4.2. Penilaian Responden Pada Variabel Kualitas Kehidupan Kerja dan Kepuasan konsumen	51
4.2.1. Penilaian Responden Pada Variabel Kualitas Layanan (Fasilitas Fisik, Keandalan Layanan, Kecepatan Layanan, Jaminan, Dan Empati)	52
4.2.2. Penilaian Responden Pada Variabel Kepuasan Konsumen ...	56
4.3. Pengujian Hipotesis	56
4.3.1. Uji F.....	56
4.3.2. Uji t.....	58
4.3.3. Koefisien Determinasi	61
4.4. Pembahasan	62
BAB V PENUTUP	65
5.1. Kesimpulan	65
5.2. Implikasi Manajerial	66
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	69
5.4. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	73

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1.	Definisi Operasional Variabel Penelitian dan Pengukuran.....	33
Tabel 3.2.	Pengukuran Data.....	36
Tabel 3.3.	Hasil Uji Validitas	37
Tabel 3.4.	Hasil Uji Reliabilitas.....	40
Tabel 3.5.	Kategori Penilaian	42
Tabel 4.1.	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2.	Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.3.	Distribusi Responden Berdasarkan Rata-rata Uang Saku Dalam Satu Bulan	49
Tabel 4.4.	Distribusi Responden Berdasarkan Pengalaman Kunjungan Ke Restoran Cepat Saji McDonald's	50
Tabel 4.5.	Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	50
Tabel 4.6.	Kategori Penilaian Responden	51
Tabel 4.7.	Penilaian Responden Pada Variabel Kualitas Layanan (Fasilitas Fisik, Keandalan Layanan, Kecepatan Layanan, Jaminan, Dan Empati).....	52
Tabel 4.8.	Penilaian Responden Pada Variabel Kepuasan Konsumen	56
Tabel 4.9.	Uji F	57
Tabel 4.10.	Uji t	58
Tabel 4.11.	Koefisien Determinasi	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Rincian Nilai PDB Industri Makanan dan Minuman Tahun 2014 – 2018	3
Gambar 1.2. Rincian Tempat Makan Favorit Masyarakat Indonesia	19
Gambar 2.1. Kerangka Penelitian	25



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I.....	73
LAMPIRAN II.....	80
LAMPIRAN III	101
LAMPIRAN IV	108
LAMPIRAN V	111
LAMPIRAN VI.....	114



PENGARUH ATRIBUT KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

(Studi Pada Konsumen McDonald's Yogyakarta)

Disusun oleh :

Agnes Felinda Nugraheni

NPM :16 03 23043

Dosen Pembimbing:

Daniel Yudistya Wardhana, SE., MEI.

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jalan Babarsari No 43-44, Yogyakarta

Abstrak

Kepuasan konsumen merupakan tujuan yang hendak dipenuhi oleh setiap perusahaan. Dalam industri jasa, kepuasan konsumen dapat ditingkatkan dengan memberikan layanan yang baik. Kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang baik akan mempengaruhi peningkatan kepuasan konsumen. Penelitian ini dilakukan pada 200 orang konsumen restoran cepat saji McDonald's. Metode sampling penelitian ini adalah *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan metode pengukuran data menggunakan skala Likert. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini memberikan informasi bahwa: 1) Kualitas layanan yang terdiri dari fasilitas fisik, keandalan layanan, kecepatan layanan, jaminan, dan empati secara signifikan mampu memprediksi perubahan kepuasan konsumen. 2) Fasilitas fisik, keandalan layanan, kecepatan layanan, jaminan, dan empati memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. 3) Kualitas layanan yang terdiri dari fasilitas fisik, keandalan layanan, kecepatan layanan, jaminan, dan empati mampu memprediksi 65,4% perubahan kepuasan konsumen.

Kata kunci: Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen