



**PENGARUH PERSEPSI ATAS KUALITAS PRODUK,
HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN
(STUDI KASUS PADA RESTAURAN PAPA RON'S
PIZZA BINTARO)**

KARYA AKHIR

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk menyelesaikan Program
Pascasarjana Program Magister Manajemen**

Oleh

Herijanto

NIM : 5510411-105

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2008**

ABSTRACT

This research has some purposes are investigating correlations between perception of product quality, price, and service quality to customer's satisfaction of Papa Ron's Pizza Bintaro Restaurant. Both Simultaneously and partially, How strong correlations are, and which independent variables have strongest correlations to dependent variables.

From partial correlations result showed that perception of product quality, price and service quality have positif significant correlation to customer's satisfaction of Papa Ron's Pizza Bintaro Restaurant. The partial correlation coefficient that gotten from calculation were is perception of product quality variable = 0.574 or 57.4%, for price variable = 0.222 or 22.2% and for perception of quality service variable = 0.435 or 43.5%.

From such a result of partial correlation we can see that perception of product quality variable has stronger correlation than price and service quality in order to influencing customer's satisfaction of Papa Ron's Pizza Bintaro Restaurant.

While from result of multiple linear regression was showed that multiple correlation coefficient (R) was gotten 0,803 and determinant coefficient (R Square) was gotten 0.645 means that simultaneously both independent variables have strong correlation to customer's satisfaction of Papa Ron's Pizza Bintaro Restaurant.

Hypothesis partial test result was showed that t calculated for each of product quality variable ($t_1 = 6,862$) and t calculated for price variable ($t_2 = 2,230$) and t calculated for service quality variable ($t_3 = 4,727$). The three of variables have t calculated bigger than t tables. It means the perception of product quality variable, price and service quality partially have strong and positive correlation to customer's satisfaction of Papa Ron's Pizza Bintaro Restaurant.

Finally, from simultaneously hipotesis through F Anova test was resulted that F calculated was gotten from calculation 58,023. Such a F calculated was still higher than F table, it means that simultaneously the perception of product quality, price, and service quality have strong and positive significant correlations to customer's satisfaction of Papa Ron's Pizza Bintaro Restaurant.

Generally, from research was got conclusion that alternative hypothesis (H_a) was proved and could be accepted.

ABSTRAK

Penelitian dilakukan untuk melihat pengaruh persepsi kualitas produk, harga, dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada restoran Papa Ron's Pizza Bintaro. Pengaruh yang ingin diuji adalah pengaruh secara terpisah (parsial) dan secara simultan (bersama-sama).

Dari hasil analisis korelasi parsial diperoleh hasil bahwa baik persepsi variabel kualitas produk, harga dan kualitas layanan memiliki korelasi yang positif signifikan terhadap kepuasan konsumen di restoran Papa Ron's Pizza Bintaro. Nilai korelasi yang diperoleh dari hasil perhitungan untuk variabel persepsi kualitas produk diperoleh nilai = 0,574 atau 57,4%, untuk variabel harga diperoleh nilai = 0,222 atau 22,2% dan untuk variabel persepsi kualitas layanan = 0,435 atau 43,5%.

Dari hasil uji korelasi parsial tersebut dapat dilihat bahwa variabel persepsi kualitas produk memiliki nilai korelasi yang lebih kuat dibandingkan dengan variabel harga dan variabel persepsi kualitas layanan dalam mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen pada restoran Papa Ron's Pizza Bintaro.

Dari hasil analisis linier regresi berganda diperoleh hasil bahwa nilai koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0,803 dan nilai koefisien determinan (R Square) sebesar 0,645. Pengertian nilai tersebut menunjukkan secara bersama-sama kualitas produk, harga dan kualitas layanan memiliki korelasi yang relatif kuat terhadap kepuasan konsumen.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial melalui uji t signifikan diperoleh hasil nilai t hitung yang diperoleh untuk kualitas produk ($t_1 = 6,862$) dan nilai t hitung untuk harga ($t_2 = 2,230$) dan t hitung untuk kualitas layanan ($t_3 = 4,727$). Ketiga variabel tersebut mempunyai nilai t hitung lebih besar dibandingkan dengan t table (1,6609), sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian (H_a) diterima. Pengertian yang diperoleh menunjukkan terdapat pengaruh yang positif signifikan antara kualitas produk, harga dan kualitas layanan secara terpisah dengan kepuasan konsumen di restoran Papa Ron's Pizza Bintaro.

Hasil yang diperoleh untuk uji pembuktian hipotesis secara simultan melalui uji F Anova, dari proses perhitungan diperoleh nilai F hitung sebesar 58,023. Karena F hitung yang diperoleh lebih besar daripada F table (2,73) maka secara bersama-sama variabel persepsi kualitas produk, harga dan kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada restoran Papa Ron's Pizza Bintaro.

Secara Umum dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis alternatif (H_a) dapat dibuktikan dan diterima.

PENGESAHAN KARYA AKHIR

Judul : **Pengaruh Persepsi atas Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Restaurant Papa Ron's Pizza Bintaro)**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Herijanto

NIM : 5510411-105 :

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Mei 2008

Mengesahkan

Ketua Program Studi Magister Manajemen

DR.Ir. Har Adi Basri, MEd

Pembimbing Utama

DR.Mustika S.Purwanegara,Ir,MSc.

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini :

Judul : **Pengaruh Persepsi atas Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Restaurant Papa Ron's Pizza Bintaro)**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Herijanto

NIM : 5510411-105 :

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Februari 2008

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Mei 2008

Herijanto

KATA PENGANTAR

Ucapan syukur yang tak terhingga, penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kasihNya yang sudah memberikan waktu kepada penulis untuk menyelesaikan Karya Akhir yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Atas Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen” (Studi Kasus Restoran Papa Ron’s Pizza Bintaro)**. Penyelesaian karya akhir ini merupakan syarat untuk mendapatkan gelar Magister Manajemen pada Universitas Mercu Buana Jakarta. Selama penulisan karya akhir ini, banyak sekali bantuan yang telah penulis terima dari berbagai pihak yang telah bersedia meluangkan waktunya dalam memberikan petunjuk dan saran yang berguna bagi penulis. Untuk itu penulis patut mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak DR.Ir. Har Adi Basri MEd, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta. Yang telah memberikan saran untuk penyempurnaan Karya Akhir ini.
2. Ibu DR.Mustika S.Purwanegara,Ir,MSc. Selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu secara khusus untuk memberikan bimbingan, ide, pendapat–pendapat dan juga dorongan yang sangat berharga dalam penyelesaian Karya Akhir ini.
3. Bapak Supriyadi, selaku Manajer Restoran Papa Ron’s Pizza yang telah memberikan kesempatan untuk meneliti di Restoran Papa Ron’s Pizza Bintaro.

4. Lina, Amanda Putri Herijanto dan Corinthia Putri Herijanto, selaku istri dan anak-anak yang turut serta mendukung apa yang menjadi obsesi penulis untuk segera menyelesaikan karya akhir ini.
5. Winarni, selaku Mama yang selalu mendorong penulis untuk selalu hidup sukses dan berhasil di segala bidang.
6. Soesinto, Listyowati, Ernawati, Eliyani, Indahwati dan Vivin Budi Setyawati, selaku kakak, adik dan keponakan penulis yang juga ikut mendukung penulis untuk segera menyelesaikan Karya Akhir ini.
7. Teman-teman Angkatan 4 Meruya tahun 2004, yang penulis rindukan untuk berkumpul lagi, berdiskusi dan bertukar pikiran.
8. Para staff restoran Papa Ron's Pizza Bintaro, yang banyak membantu penulis dalam penyebaran dan pengumpulan data melalui kuisioner.

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penyusunan Karya Akhir	5
1.3.1. Maksud Penyusunan Karya Akhir	5
1.3.2. Tujuan Penyusunan Karya Akhir	5
1.4 Manfaat dan Kegunaan Karya Akhir	5
1.5 Batasan Masalah	6
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II. GAMBARAN PERUSAHAAN	
2.1 Sejarah Perusahaan	8

2.2	Papa Ron's Pizza Ekspansi Bisnis Waralaba	9
2.3	Visi Papa Ron's Pizza	10
2.4	Misi Papa Ron's Pizza	10
2.5	Lingkup Bidang Usaha (Restauran Papa Ron's Pizza di Bintaro)	11
2.6	Produk Papa Ron's Pizza Bintaro	11
2.7	Kekuatan Restauran Papa Ron's Pizza Bintaro	14
2.8	Tanggapan Konsumen Papa Ron's Pizza	15
2.9	Standarisasi Dalam Produk, Harga, dan Layanan	16
2.10	Tantangan Bisnis	18

BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

3.1	Kajian Pustaka	19
3.1.1	Ruang Lingkup Bisnis Restauran	19
3.1.2	Persepsi Konsumen	22
3.1.3	Kepuasan Konsumen	24
3.1.4	Macam-Macam Kepuasan Konsumen	28
3.1.5	Pengukuran Kepuasan Konsumen	28
3.1.6	Teknik Pengukuran Kepuasan Konsumen	30
3.1.7	Pengertian Kualitas (Quality)	32
3.1.8	Teori Mutu Dan Jenis Produk	34
3.1.8.1	Pengertian Produk	34
3.1.8.2	Klasifikasi Produk	36
3.1.9	Teori Harga	38
3.1.10	Kualitas Layanan (Jasa)	41

3.2	Rerangka Pemikiran	48
3.3	Hipotesis	49
BAB IV.METODE RISET		
4.1	Objek Penelitian	50
4.2	Metode Penelitian	50
	4.2.1. Populasi dan Sampel	50
	4.2.2. Operasional Variabel	52
4.2.3	Definisi Operasional	52
	4.2.3.1.Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	53
	4.2.3.2.Variabel Tergantung (<i>Dependent Variable</i>)	53
4.2.4	Jenis Data Dan Sumber Data	53
	4.2.4.1. Data Primer	53
	4.2.4.2. Data Sekunder	54
4.2.5	Metode Pengumpulan Data	54
	4.2.5.1.Wawancara (<i>Interview</i>)	54
	4.2.5.2.Kuisisioner	54
	4.2.5.3.Observasi	55
4.2.6	Teknik Analis Data	55
	4.2.6.1. Analisa Regresi Berganda	55
	4.2.6.2. Rata-rata Hitung (<i>Mean</i>)	56
	4.2.6.3. Standar Deviasi (<i>Standard Deviation</i>)	56
	4.2.6.4. Koefisien Determinasi berganda (R^2)	57
	4.2.6.5. Koefisien Korelasi Berganda (R)	58

4.2.7	Pembuktian Hipotesa	58
4.2.7.1.	Uji F Anova	58
4.2.7.2.	Uji t	59
4.2.8	Pengujian Model	60
BAB V.HASIL DAN ANALISIS		
5.1	Analisa dan Pembahasan	62
5.1.1.	Gambaran Umum Responden	62
5.1.1.1.	Jenis Kelamin	62
5.1.1.2.	Jenis Pekerjaan (Profesi)	64
5.1.1.3.	Responden Berdasarkan Jenis Usia	65
5.1.1.4.	Jumlah Kunjungan Dalam Satu Bulan Terakhir	66
5.2	Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian	67
5.2.1	Variabel Persepsi Kualitas Produk	67
5.2.2	Variabel Persepsi Harga	76
5.2.3	Variabel Persepsi Kualitas Layanan	79
5.2.4	Variabel Kepuasan Konsumen	87
5.3	Pengaruh Persepsi Atas Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Papa Ron's Pizza Bintaro	92
5.3.1	Pengujian Kelayakan Analisis Regresi Linier Berganda.	93
5.3.1.1	Uji Asumsi Regresi Berganda : Normalitas	93
5.3.1.2	Uji Asumsi Regresi Berganda : Multikolinieritas	95
5.3.1.3	Uji Asumsi Regresi Berganda : Autokorelasi	96

5.3.2	Interprestasi Hasil Analisa Data Terhadap Hipotesa Pertama	97
5.3.2.1	Analisa Regresi	98
5.3.2.2	Analisa Korelasi Berganda	101
5.3.2.3	Analisis Uji F	102
5.3.2.4	Analisis Uji t	104
5.4	Interprestasi Hasil Analisa Data Terhadap Hipotesa Kedua	106
5.4.1	Analisis Korelasi Parsial	106
5.5.	Interprestasi Hasil Analisa Data Terhadap Hipotesa Ketiga	107
5.5.1	Analisis Korelasi Pearson (<i>Pearson Correlation</i>)	107
5.5.2.	Hasil Analisis Uji t	108
5.6	Upaya Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen	108

BAB VI.KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

6.1.	Kesimpulan	112
6.2.	Rekomendasi	117

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
3.1. Paradigma Diskonfirmasi Harapan	26
3.2. Quality Benefit Chain	34
5.1. Diagram Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
5.2. Diagram Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	64
5.3. Diagram Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Usia	65
5.4. Diagram Jumlah Responden Berdasarkan Jumlah kunjungan	66
5.5. Diagram Kelezatan Pizza Papa Ron's Bintaro	68
5.6. Diagram Besar Porsi Pizza Papa Ron's Bintaro	69
5.7. Diagram Kekhasan Pizza Papa Ron's Bintaro	70
5.8. Diagram Kelengkapan Menu Baru Pizza Papa Ron's Bintaro	71
5.9. Diagram Kelezatan Pasta Papa Ron's Bintaro	72
5.10. Diagram Besar Porsi Pasta Papa Ron's Bintaro	73
5.11. Diagram Kekhasan Pasta Papa Ron's Bintaro	74
5.12. Diagram Kelengkapan Menu Baru Pasta Papa Ron's Bintaro	75
5.13. Diagram Harga Dibandingkan Dengan Restoran Sejenis	77
5.14. Diagram Harga Dibandingkan Dengan Restoran Yang Lain	78
5.15. Diagram Kepuasan Terhadap Kerapihan Karyawan	80
5.16. Diagram Kebersihan dan Keindahan Fasilitas Fisik	81
5.17. Diagram Ketepatan Waktu Dalam Memberikan Layanan	82

	Halaman
5.18. Diagram Kecepatan Dalam Memberikan Layanan	83
5.19. Diagram Kemampuan Memberikan Informasi Tentang Menu	84
5.20. Diagram Keramahan dan Kesopanan Karyawan	85
5.21. Diagram Kemampuan Berkomunikasi Dengan Konsumen	86
5.22. Diagram Kepuasan Konsumen Atas Kualitas Makanan	88
5.23. Diagram Kepuasan Konsumen Atas Harga Yang Ditawarkan	89
5.24. Diagram Kepuasan Konsumen Atas Kualitas Layanan	90
5.25. Grafik Uji Normalitas Regresi Berganda	94

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1. Tabel Operasional Variabel	52
5.1. Distribusi Mean Variabel Persepsi Atas Kualitas Produk	67
5.2. Distribusi Mean Variabel Persepsi Harga	76
5.3. Distribusi Mean Variabel Persepsi Kualitas Layanan	79
5.4. Distribusi Mean Variabel Kepuasan Konsumen	87
5.5. Statistik Uji Multikolinieritas Regresi Berganda	96
5.6. Statistik Uji Autokorelasi Regresi Berganda	97
5.7. Analisis Regresi	98
5.8. Analisis Korelasi Berganda	100
5.9. Analisis Uji F	102
5.10. Analisis Uji t	104
5.11. Analisis Korelasi Partial	106
5.12. Analisis Korelasi Pearson (<i>Pearson Correlation</i>)	107

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Form Kuisisioner Kepuasan Konsumen
2. Data Hasil Kuisisioner dari 100 orang responden
3. Data Hasil Regresi Berganda
4. Data Hasil Koefisien Korelasi
5. Normal P-P Plot Of Regression Stand
- 6.