

**PENGARUH HARGA, KUALITAS, NILAI YANG DIRASAKAN,
DAN PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS MEREK
PADA KONSUMEN KFC DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Jurusan Manajemen**



Oleh :

ANGGA SAPUTRA

NIM : 2009210336

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2014**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS, NILAI YANG DIRASAKAN, DAN
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA KONSUMEN KFC
DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

ANGGA SAPUTRA

NIM : 2009210336

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 04 Februari 2014

A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized 'R' followed by a flourish and a long horizontal line.

Dr. RONNY, S.Kom.,M.Kom.,MH.

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, KUALITAS, NILAI YANG DIRASAKAN, DAN
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA KONSUMEN KFC
DI SURABAYA**

Disusun oleh

ANGGA SAPUTRA

2009210336

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 14 Februari 2014

Tim Penguji

Ketua : Prof.Dr.Dra. Tatik Suryani, Psi.,M.M.

Sekretaris : Dr. Ronny, S.Kom.,M,kom.,MH.

Anggota : Dra.Ec. Aniek Maschudah I, M.Si



PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Angga Saputra
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 28 Agustus 1989
N.I.M : 2009210336
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Harga, Kualitas, Nilai yang Dirasakan, dan Pelayanan terhadap Loyalitas Merek pada konsumen KFC di Surabaya.

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi S1 Manajemen ,
Tanggal : 6 Maret 2014



(Mellyza Silvy, SE.,M.Si.)

Dosen Pembimbing,
Tanggal: 4 Maret 2014



(Dr. Ronny, S.Kom.,M.Kom.,MH.)

MOTTO

BUTUH PERJUANGAN UNTUK MERAH APY YANG
KITA INGINKAN. LAKUKAN SEKARANG ATAU KITA
AKAN MENYESAL DIKEMUDIAN HARI.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdullahirabbil' alamin... Alhamdullahirabbil 'alamin...

Alhamdullahirabbil alamin...

Akhirnya aku sampai ke titik ini,

sepercik keberhasilan yang Engkau hadiahkan padaku ya Rabb

Tak henti-hentinya aku mengucapkan syukur pada Mu ya Rabb

*Serta shalawat dan salam kepada idola ku Rasulullah SAW dan para sahabat yang
mulia*

Semoga sebuah karya mungil ini menjadi amal shaleh bagiku dan menjadi

kebanggaan

bagi keluargaku tercinta

Ku persembahkan karya mungil ini...

untuk belahan jiwa ku bidadari surgaku yang tanpamu aku bukanlah siapa-siapa

di dunia fana ini Ibundaku tersayang (NURYATI)

*serta orang yang menginjeksikan segala idealisme, prinsip, edukasi dan kasih
sayang berlimpah dengan wajah datar menyimpan kegelisahan ataukah perjuangan*

yang tidak pernah ku ketahui,

namun tenang dengan penuh kesabaran

dan pengertian luar biasa Ayahandaku tercinta (SIMMASE TAHIR)

yang telah memberikan segalanya untukku

Kepada Kakak-Kakakku (Muhammad Jufriзал), dan (Maryani Permata Sari)

terima kasih tiada tara atas segala support yang telah diberikan selama ini dan

semoga Kakak-kakakku tercinta dapat menggapai keberhasilan dan kesuksesan dalam perjalanan hidup ini.

Terima kasih Bapak Dr. Ronny, S.Kom.,M.Kom.,MH. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan arahnya mulai dari awal sampai akhir untuk membimbing saya menyelesaikan skripsi ini.

Bapak Yudi Sutarso SE.,M.Si. selaku dosen wali saya.

Semua dosen S1 Manajemen Pemasaran yang telah memberikan ilmu selama proses pembelajaran. Terima kasih atas ilmu yang telah diberikan.

Kepada Fardana Hanudya Nurvalentien, terima kasih karena sudah datang di waktu yang tepat, mau berjuang bersama untuk meraih asa lewat kerja keras, tangis dan tawa yang silih berganti datang dalam perjalanan hidup kita.

Kepada teman-teman seperjuangan khususnya rekan-rekan S1 Manajemen yang tak bisa disebutkan namanya satu persatu terima kasih yang tiada tara ku ucapkan

Akhir kata, semoga skripsi ini membawa kebermanfaatan. Jika hidup bisa diceritakan di atas kertas, entah berapa banyak yang dibutuhkan hanya untuk mengucapkan terima kasih... :)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulisan dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas, Nilai yang Dirasakan, dan Pelayanan terhadap Loyalitas Merek pada konsumen KFC di Surabaya”

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Studi Strata Satu Jurusan Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya. Adapun penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan serta dukungan dari semua pihak. Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ronny, S.Kom.,M.Kom.,MH. selaku dosen pembimbing yang berperan banyak atas selesainya penulisan skripsi ini karena banyak meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan bimbingan, sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik.
2. Bapak Yudi Sutarso, S.E.,M.Si. selaku dosen wali yang telah membimbing Penulis selama menempuh studi di STIE PERBANAS Surabaya.
3. Ibu Mellyza Silvy, S.E,M.Si. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen STIE Perbanas Surabaya.
4. Ibu Prof.Dr.Dra. Tatik Suryani, Psi.,M.M. selaku pimpinan ketua STIE PERBANAS Surabaya.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta karyawan atau staf Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang dengan ikhlas memberikan ilmu kepada Penulis selama proses studi.

Akhirnya, Peneliti berharap agar skripsi ini dapat menjadi kontribusi yang baik untuk kedepannya. Berharap terdapat saran-saran yang membangun agar dapat melahirkan berbagai motivasi kepada orang lain serta dapat memberikan kontribusi yang jauh lebih baik bagi Peneliti.

Surabaya,04 Februari 2014

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SIAP UJI	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.1.1 Penelitian Pertama	12
2.1.2 Penelitian Kedua.....	14
2.2 Landasan Teori.....	15
2.2.1 Harga	16
2.2.2 Kualitas	19
2.2.3 Nilai yang Dirasakan	21
2.2.4 Pelayanan.....	23
2.2.5 Loyalitas Merek.....	25
2.2.6 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Merek	26
2.2.7 Pengaruh Kualitas terhadap Loyalitas Merek.....	27
2.2.8 Pengaruh Nilai yang Dirasakan terhadap Loyalitas Merek.....	27
2.2.9 Pengaruh Pelayanan terhadap Loyalitas Merek.....	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
2.4 Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Rancangan Penelitian.....	31
3.2 Batasan Penelitian	31
3.3 Identifikasi Variabel.....	31
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	32
3.5 Instrumen Penelitian	35
3.6 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	37

3.7	Data dan Metode Pengumpulan Data.....	39
3.7.1	Jenis dan Sumber Data	39
3.7.2	Metode Pengumpulan Data	39
3.8	Uji Validitas dan Reliabilitas	39
3.8.1	Uji Validitas	39
3.8.2	Uji Reliabilitas	40
3.9	Teknik Analisis Data.....	40
3.9.1	Analisis Deskriptif.....	40
3.9.2	Uji Multikolinearitas.....	41
3.9.3	Analisis Statistik	41
BAB IV GAMBARAN SUBYEK DAN ANALISIS DATA.....		45
4.1	Gambaran Subyek Penelitian.....	45
4.2	Analisis Data.....	50
4.3	Pembahasan Hasil.....	67
BAB V PENUTUP		73
5.1	Kesimpulan	73
5.2	Keterbatasan Penelitian	73
5.3	Saran	74
DAFTAR RUJUKAN		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbandingan Antara Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	15
Tabel 3.1	Skala Likert	35
Tabel 3.2	Kisi-Kisi Kuesioner	35
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan	46
Tabel 4.2	Uji Validitas	51
Tabel 4.3	Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.4	Rentang Skala Interval Lima Skor	53
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga	54
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas	55
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Nilai yang Dirasakan	56
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pelayanan	57
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Merek	58
Tabel 4.10	Uji Multikolinearitas	59
Tabel 4.11	Hasil Regresi Linier Berganda	60
Tabel 4.12	Nilai Korelasi Parsial	62
Tabel 4.13	Nilai R Square	63
Tabel 4.14	Hasil Uji t	64
Tabel 4.15	Hasil Hipotesis Uji t	64
Tabel 4.16	Tabel Uji F	66
Tabel 4.17	Hasil Hipotesis Uji F	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Perkiraan Pertumbuhan Sektor Investasi Indonesia Tahun 2013	2
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Penelitian Pertama	13
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran Penelitian Kedua	14
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran Peneliti	29
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	48
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Gambar 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Rata-rata per Bulan	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 : Karakteristik Responden

Lampiran 3 : Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4 : Tanggapan Responden

Lampiran 5 : Regresi Linier

Lampiran 6 : Data Tabulasi

Lampiran 7 : Jurnal Acuan

The Effect of Price, Quality, Value, and Service to Brand Loyalty Towards KFC's consumer in Surabaya

Abstract

With the increase of science and technology, also condition of economy that become better make a difference pattern of society's consumption. Difference pattern of society's consumption effected to many ways, for example in the food consumption. The change in the food consumption in society can effect to the increase of food's demand, which is have quality, cheap price, and practical. And the propulsion availability of fast food in society has become a necessity. The growth from fast food franchise mold in all big city in Indonesia. Even so there are many customers who complain about the quality, the service, the price, or the value by the fast food restaurant. Beside, quality and service is an important factor for long-term relationships with customers, and establishes a brand loyalty from the services and product that have been sold. On the other side, cheap price and a good value of the product will also build brand loyalty.

This study examined the effect of price, quality, value, and service to brand loyalty towards KFC's consumer in Surabaya. Using 100 customers KFC as respondent and using equipment linier regression test with program SPSS 17.00 for windows.

The results of this study indicate that there is a significant positive connection between price, value, and services to brand loyalty, as well as with both of four variable (price, quality, value, and services) to brand loyalty. This study also conclude that there is no significant connection between services and brand loyalty.

Keyword: price, quality, value, service, brand loyalty