



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

**Pengaruh *Product Quality* dan *Service Quality* Terhadap
Customer Loyalty di Warong Sombar Bandung**

Skripsi

Oleh

Bernadette Vanessa Maryll

2013320156

Bandung

2017



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

**Pengaruh *Product Quality* dan *Service Quality* Terhadap
Customer Loyalty di Warong Sombar Bandung**

Skripsi

Oleh

Bernadette Vanessa Maryll

2013320156

Pembimbing

Dr. Fransisca Mulyono, Dra, M.Si.

Bandung

2017

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi



Nama : Bernadette Vanessa Maryll
Nomor Pokok : 2013320156
Judul : Pengaruh *Product Quality* dan *Service Quality* terhadap
Customer Loyalty di Warong Sombar Bandung.

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Senin, 17 Juli 2017
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota
Fransiska Anita Subari, S.S., M.M.

Sekretaris

Dr. Fransisca Mulyono, Dra, M.Si.

Anggota

Maria Widyarini, S.E., M.T.

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si.



Surat Pernyataan

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bernadette Vanessa Maryll

NPM : 2013320156

Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Pengaruh *Product Quality* dan *Service Quality*
Terhadap *Customer Loyalty* di Warong Sombar,
Bandung.

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apa pun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui apabila pernyataan ini tidak benar.

Bandung, Juli 2017



Bernadette Vanessa Maryll

ABSTRAK

Nama : Bernadette Vanessa Maryll
NPM : 2013320156
Judul : Pengaruh *Product Quality* dan *Service Quality* Terhadap *Customer Loyalty* di Warong Sombar Bandung.

Bisnis dalam bidang kuliner merupakan bisnis yang sangat diminati karena kebutuhan akan pangan merupakan kebutuhan primer yang dibutuhkan seluruh manusia. Penelitian ini ditujukan pada Warong Sombar. Warong Sombar merupakan restoran yang berada di Bandung. Warong Sombar berdiri pada bulan November 2015 yang beroperasi di Jalan Ciumbuleuit, Bandung. Warong Sombar menyediakan berbagai jenis makanan khas Manado dengan model yang minimalis dan *simple*.

Warong Sombar sebagai restoran yang menyediakan makanan khas Manado membuka kedai pertamanya dan mulai beroperasi pada bulan November 2015 mengalami peningkatan penjualan. Pada bulan pertama pembukaan, Warong sombar berhasil menjual 80 mangkuk perhari dan terus meningkat setiap bulannya. peningkatan penjualan ini disertai dengan banyaknya pelanggan yang melakukan pembelian ulang. Namun hal ini perlu dibuktikan melalui penelitian tentang pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen di Warong Sombar, Bandung.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen, untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen, dan untuk mengetahui faktor apa yang lebih mempengaruhi variabel Loyalitas Konsumen. Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatori dengan analisis kuantitatif, dan metode yang digunakan adalah metode survey. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuisisioner yang diberikan kepada 150 responden, dan teknik analisis yang dilakukan adalah regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan *Product Quality* berpengaruh sebesar 16,4% terhadap *Customer Loyalty* dan *Service Quality* berpengaruh sebesar 33,9% terhadap *Customer Loyalty*. Dilihat secara parsial yang paling berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* adalah variabel *Service Quality*.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas layanan, Loyalitas konsumen

ABSTRACT

Name : Bernadette Vanessa Maryll
NPM : 2013320156
Title : Influences of Product Quality and Service Quality on Customer Loyalty of Warong Sombar Restaurant Bandung.

Culinary sector is still an interesting business sector because food is one of the primary needs that has to be fulfilled. The object of this research is a restaurant named Warong Sombar, which located in Bandung. Warong Sombar was founded in November 2015 and was operating for the first time on Jalan Ciumbuleuit, Bandung. They provide many kind of manadonese foods in a minimalist and simple style.

Warong Sombar as a restaurant that provide many manadone foods was opened their first shop and started on November 2015 had increased their sales. On the first month they sold 80 bowls per days and keep increasing every month as people repeating their purchase. But this matter needs to be proven with some research into influences of Product Quality and Service Quality on Customer Loyalty of Warong Sombar Restaurant Bandung.

The objectives of this research are to find out the influence of Product Quality and Service Quality to Customer Loyalty either partially or simultaneously, and to find out what kind of factor that can affect the Customer Loyalty.

This research is an explanatory research based on a qualitative analysis with a survey method. The sampling methods used in this research is purposive sampling. All of the data were collected by Questionnaire from 150 respondents, and analyzed with multiple linier regression technique.

This research concluded that product quality affects the customer loyalty at 16,4%, and service quality affects the customer loyalty at 33,7%. Partially, service quality is the one that affected the customer loyalty the most.

Keywords: Product quality, Service quality, Customer loyalty

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat, pertolongan, dan pimpinan-Nya skripsi ini dapat diselesaikan dengan lancar dan tepat waktu. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat dalam menempuh ujian akhir strata-1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Katolik Parahyangan. Terdapat kendala yang dihadapi dalam penyusunan skripsi ini, namun doa dan dukungan dari berbagai pihak membuat penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Maka dari itu, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Fransisca Mulyono selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dengan penuh kesabaran dalam membimbing, memberikan petunjuk, dan nasehat yang sangat berharga untuk penyusunan skripsi ini
2. Ibu Banowati Talim selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan.
3. Bapak Pius Sugeng selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan serta seluruh staf dan seluruh dosen pengajar Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Katolik Parahyangan.
4. Tim Dosen Penguji yang telah ingin meluangkan waktunya untuk menguji kesiapan Penulis mengemban gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis dan memberikan masukan untuk kebaikan penulisan skripsi ini.

5. Pemimpin Perusahaan Warong Sombar, Bandung atas pemberian segala waktu, tenaga, kesabaran, dan informasi untuk penulis yang mendukung penyelesaian skripsi ini.
6. Kedua orang tua penulis, Frans Arifin dan Paula Rosa yang selalu mendukung penulis dengan doa dan kasih yang senantiasa diberikan.
7. Brigitta Valerie, adik Penulis yang selalu memberi semangat kepada Penulis.
8. Peniel Alexander, yang selalu mendukung penulis, memberi semangat dan selalu menemani penulis disaat sedih dan senang.
9. Sahabat-sahabat penulis dari semester awal, Putri Intan, Kintan Pavitari, Rahmania Wardhani atas semangat, waktu dan segala masukkan bagi Penulis. Sukses untuk kita semua.
10. Teman-teman seperjuangan penulisan skripsi, Trivena, Dheya, Ale, Vania, Jovita, yang telah berjuang untuk saling membantu dan melengkapi penyusunan skripsi ini.
11. Seluruh anggota Tanam Saham, yang membuat hari-hari Penulis selama empat tahun menempuh studi di Universitas Katolik Parahyangan lebih berwarna. Terimakasih.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Kualitas Produk	8
2.1.1 Manfaat	9
2.1.2 Pengukuran	10
2.2 Kualitas Layanan	12
2.2.1 Manfaat	13
2.2.2 Pengukuran	15
2.3 Loyalitas Konsumen	21
2.3.1 Manfaat	23
2.3.2 Pengukuran	24
2.4 Penelitian Terdahulu	25
2.5 Model Penelitian	28
2.6 Hipotesis	29
BAB III	30
METODE PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Metode Penelitian	31
3.3 Populasi dan Sampel	32
3.3.1 Populasi	32
3.3.2 Sampel	32
3.4 Operasionalisasi Variabel	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data	36

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan di Warong Sombar	4
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	33
Tabel 3.2 Tabel Interpretasi Korelasi	43
Tabel 5.1 Uji Validitas	55
Tabel 5.2 Uji Reliabilitas	57
Tabel 5.3 Identitasi Responden berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 5.4 Identitasi Responden berdasarkan Usia	58
Tabel 5.5 Identitasi Responden berdasarkan Pekerjaan	59
Tabel 5.6 Identitasi Responden berdasarkan Pendapatan	60
Tabel 5.7 Identitasi Responden berdasarkan Darimana anda mengetahui warong Sombar	60
Tabel 5.8 Identitasi Responden berdasarkan Berapa kali anda pernah mengunjungi warong Sombar	61
Tabel 5.9 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Product Quality</i> (X1)	63
Tabel 5.10 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Service Quality</i> (X2)	66
Tabel 5.11 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Customer Loyalty</i> (Y)	73
Tabel 5.12 Uji Normalitas	76
Tabel 5.13 Uji Multikolinearitas	77
Tabel 5.14 Uji Heteroskedastisitas	78
Tabel 5.15 Analisis Korelasi Berganda	80

Tabel 5.16 Besarnya Pengaruh Secara Parsial	80
Tabel 5.17 Pengujian Hipotesis Secara Overall (Uji F)	82
Tabel 5.18 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	84
Tabel 5.19 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	85
Tabel 5.20 Analisis Regresi Berganda	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	29
Gambar 4.1 Produk Warong Sombar	52
Gambar 4.2 Produk Warong Sombar	53
Gambar 4.3 Produk Warong Sombar	53
Gambar 4.4 Menu Warong Sombar	54
Gambar 5.1 Garis Kontinum	62
Gambar 5.2 Garis Kontinum <i>Product Quality</i> (X1).....	65
Gambar 5.3 Garis Kontinum <i>Service Quality</i> (X2).....	69
Gambar 5.4 Garis Kontinum <i>Customer Loyalty</i> (Y).....	70
Gambar 5.5 Daerah Penolakan H_0 Pada Pengujian Secara Bersama-sama.....	78
Gambar 5.6 Daerah Penolakan dan Penerimaan H_0 Variabel <i>Product Quality</i> (X1) terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y)	80
Gambar 5.7 Daerah Penolakan dan Penerimaan H_0 Variabel <i>Service Quality</i> (X2) terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y)	81

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era modern saat ini, dunia sangat maju dan berkembang secara pesat. Banyaknya hal-hal baru yang timbul disekitar masyarakat menimbulkan kebutuhan dan keinginan masyarakat yang semakin beragam. Hal tersebut mengakibatkan masyarakat yang secara tidak langsung dituntut untuk selalu kreatif dalam menciptakan bisnis dan hal-hal baru.

Dari sekian banyak kebutuhan masyarakat, kebutuhan pangan merupakan salah satu dari kebutuhan manusia yang beragam. Kebutuhan pangan adalah kebutuhan yang harus senantiasa dipenuhi demi kelangsungan hidup manusia. Maka dari itu, peluang berbisnis dibidang kuliner merupakan hal yang cukup menjanjikan. Bisnis kuliner saat ini banyak bermunculan dimana-mana, salah satu kota di Indonesia yang memiliki perkembangan secara pesat pada bisnis kuliner ialah di kota Bandung. Kota Bandung terkenal akan kota yang menghadirkan berbagai kreatifitas dari bidang *fashion* hingga kuliner yang dikenal masyarakat Indonesia hingga mancanegara. Hal tersebut terlihat dari semakin banyaknya turis mancanegara yang berwisata di Bandung. Jenis bisnis kuliner yang sedang berkembang dan diminati saat ini ialah membuka kedai atau restoran dengan konsep tertentu.

Maraknya kehadiran kedai dengan konsep tertentu yang menyediakan berbagai macam hidangan memiliki strategi dan kelebihan masing-masing, hal tersebut menimbulkan kondisi masyarakat yang akan dihadapkan dengan berbagai macam pilihan seperti harga, kualitas, serta kenyamanan yang bervariasi. Masyarakat yang dalam hal ini berperan sebagai konsumen akan senantiasa mencari nilai yang paling tinggi. Dunia *marketing* saat ini tidak hanya berperan dalam menciptakan strategi untuk menarik pelanggan dan memasarkan produk, tapi juga bagaimana mempertahankan loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen pada perusahaan merupakan aset bagi yang berpengaruh pada bertahannya suatu perusahaan.

Produk Menurut Kotler (dalam Monica dan Mohamad 2013:2) adalah segala sesuatu yang ditawarkan pada sebuah pasar untuk diperhatikan, digunakan, dan dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen. Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak melibatkan kepemilikan apapun. Kotler (2002:83). Menurut Kotler (dalam Inka, Suharyono, dan Andriani 2014:4) loyalitas adalah sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang mengakibatkan pelanggan beralih. Kualitas produk dan kualitas pelayanan perlu diperhatikan dalam upaya memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Maka dari itu, bagi perusahaan jasa, kualitas produk dan kualitas layanan merupakan elemen-

elemen penting yang harus diperhatikan perusahaan demi terciptanya loyalitas konsumen.

Penelitian ini akan mengambil salah satu restoran berkonsep di kota Bandung yang sedang berkembang yaitu restoran Warong Sombar yang berada di jalan Ciumbuleuit no.155, Hegarmanah, Cidadap, Kota Bandung, Jawa Barat yang menyediakan makanan khas Manado dengan konsep *modern minimalis* yang unik dan kreatif. Warong Sombar berdiri pada akhir tahun 2015 tepatnya pada bulan November yang hingga saat ini menjadi sarana atau tempat bersosialisasi bagi masyarakat di kota Bandung khususnya para mahasiswa dan mahasiswi Universitas Katolik Parahyangan karena lokasi Warong Sombar yang sangat strategis yaitu bersebrangan dengan kampus Unpar. Restoran khas manado yang telah memiliki 9 pegawai ini membuat konsep restoran khas Manado yang sederhana, nyaman, dan moderen. Suasana nyaman tidak hanya dari sisi desain interior yang *simple* dan *minimalis* namun juga dari rasa makanan yang disajikan dan pelayanan yang diberikan. Kedai Warong Sombar menyediakan pilihan menu makanan khas Manado dan kudapan yang beragam dengan harga yang kompetitif berkisar antara 20 hingga 30 ribu rupiah.

Tabel 1.1
Data Penjualan di Warong Sombar

Bulan	Unit (Porsi)
November (2015)	80
Desember (2015)	100
Januari (2016)	90
Februari (2016)	120
Maret (2016)	140
April (2016)	160
Mei (2016)	190
Juni (2016)	180
Juli (2016)	190
Agustus (2016)	210
September (2016)	250
Oktober (2016)	240
November (2016)	240
Desember (2016)	240
Januari (2017)	320

Sumber: Hasil wawancara dengan pemilik.

Tabel diatas merupakan data penjualan kedai Warong Sombar dari awal pembukaan yaitu pada bulan November 2015 hingga Januari 2017. Pada awal pembukaan kedai Warong Sombar tidak memiliki ruangan yang cukup luas untuk pengunjung bersantai. Warong Sombar berfokus untuk memberikan pelayanan *semi fast food* pada awal pembukaan. Namun pada bulan Januari 2017 yang lalu Warong Sombar memperluas kedainya untuk yang kedua kali dan memberikan pelayanan lebih baik dengan menambah kapasitas

pengunjung untuk dapat makan ditempat, menambah jumlah pegawainya serta variasi menu hidangan yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik restoran, *Warong Sombar* telah menjual 80 mangkuk pada hari pertama kedai tersebut dibuka. Hal tersebut karena Warong Sombar masih dikenal di kalangan mahasiswa dan mahasiswi Unpar saja. Namun, setelah berjalan penjualan makanan di kedai Warong Sombar semakin hari semakin meningkat. Hal tersebut terjadi karena Warong Sombar sudah lebih dikenal masyarakat, dan kualitas makanan seperti pemilihan bahan-bahan yang unggul oleh pemilik serta adanya peningkatan kualitas pelayanan dengan layanan *delivery* yang memudahkan konsumennya. Hingga bulan Januari 2017, Warong Sombar telah menjual 320 mangkuk perharinya. Dengan omset 1,3 Milyar per tahun dan pegawai sejumlah 9 orang, Warong Sombar dapat dikategorikan sebagai usaha kecil (menurut UU no 20/2008 dan Badan Pusat Statistik). Penjualan yang meningkat dengan umur kedai yang baru dibuka ini menjadi pertanyaan bagi penulis dan menarik untuk diketahui apakah ada pengaruh antara kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan terhadap loyalitas konsumen.

1.2 Identifikasi Masalah

Saat ini, penjualan di Warong Sombar semakin hari terus meningkat. Melihat adanya gejala tersebut penulis mewawancarai 10 pengunjung untuk mengetahui faktor apa yang menyebabkan hal tersebut terjadi.

Dari hasil wawancara, 8 dari 10 konsumen mengunjungi Warong Sombar karena rasa makanan yang sesuai dengan harapan serta adanya fasilitas penunjang yang memudahkan konsumen dalam mendapatkan produk dari Warong Sombar ini. Maka dari itu penulis menetapkan kualitas produk dan kualitas layanan untuk diteliti dalam penelitian ini dengan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen?
3. Variabel apakah yang lebih berpengaruh?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
3. Untuk mengetahui variabel yang paling berpengaruh.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang penulis teliti ini diharapkan memiliki kegunaan yaitu:

1. Bagi Penulis
 - Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen.

- Sebagai sarana untuk mengaplikasikan teori yang sudah dipelajari.
- Untuk mengetahui faktor penting yang perlu diperhatikan untuk mendapatkan loyalitas konsumen.

2. Bagi Pemilik Perusahaan

- Sebagai referensi yang berguna dalam mempertahankan loyalitas konsumen dan bisnis yang sedang dijalankan.
- Sebagai informasi untuk mempertahankan kualitas layanan dan kualitas produk di perusahaannya.

3. Bagi Pembaca

- Sebagai pengetahuan tentang pengaruh antara kualitas produk, kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan serta cara mempertahankannya.
- Sebagai referensi untuk melakukan penelitian lainnya.