



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN MAKANAN CEPAT SAJI DI LAZIZAA
*CHICKEN & PIZZA SIGURA-GURA MALANG***

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh:

RASUL HAMIDI RUMKEL

NPM. 21601081231



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM MALANG
MALANG
2021**

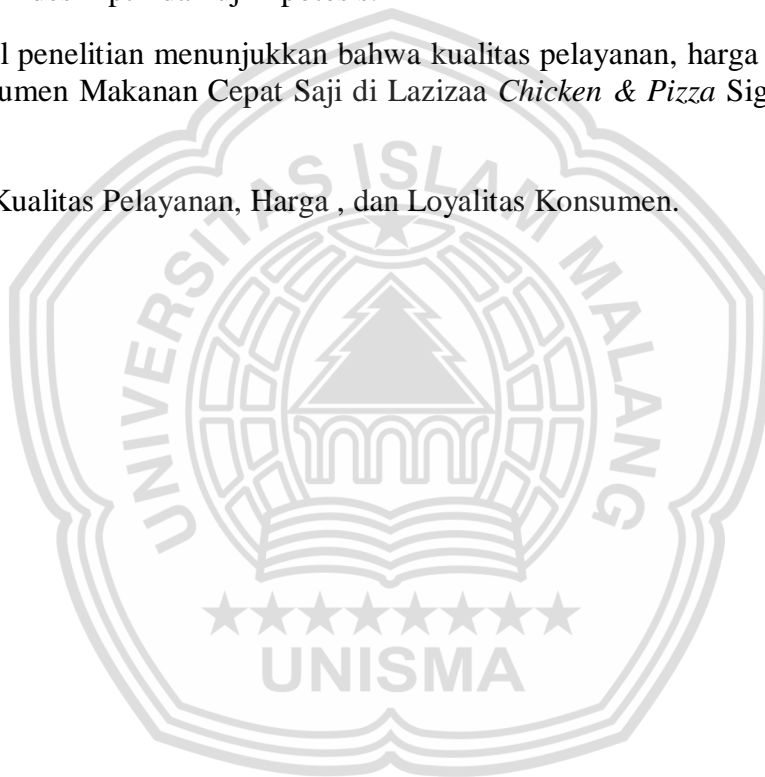
ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan, harga terhadap loyalitas konsumen Makanan Cepat Saji di Lazizaa *Chicken & Pizza* Sigura-gura Malang.

Populasi penelitian ini adalah konsumen Makanan Cepat Saji di Lazizaa *Chicken & Pizza* Sigura-gura Malang Tahun 2021. Sampel yang digunakan adalah 90 sampel yang memenuhi kriteria dalam subjek penelitian. Metode analisis yang digunakan adalah persamaan regresi berganda, uji normlitas, uji asumsi klasik, analisis statistik deskriptif dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga terhadap loyalitas konsumen Makanan Cepat Saji di Lazizaa *Chicken & Pizza* Sigura-gura Malang .

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Harga , dan Loyalitas Konsumen.



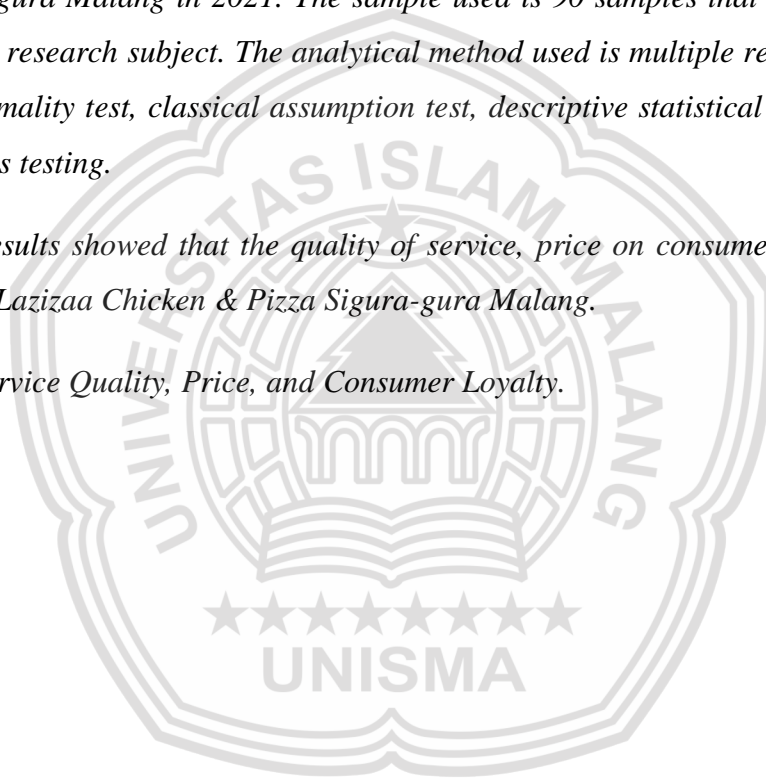
ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of service quality, price on consumer loyalty Fast Food at Lazizaa Chicken & Pizza Sigura-gura Malang.

The population of this study is fast food consumers at Lazizaa Chicken & Pizza Sigura-gura Malang in 2021. The sample used is 90 samples that meet the criteria in the research subject. The analytical method used is multiple regression equation, normality test, classical assumption test, descriptive statistical analysis and hypothesis testing.

The results showed that the quality of service, price on consumer loyalty Fast Food at Lazizaa Chicken & Pizza Sigura-gura Malang.

Keywords: *Service Quality, Price, and Consumer Loyalty.*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman yang berkembang pesat saat ini sudah banyak restoran *fastfood* berkembang di Indonesia. Gaya hidup manusia yang semakin modern menyebabkan semakin berkembangnya kebutuhan konsumen saat ini. Tingginya tingkat kesibukan manusia menyebabkan mereka memilih untuk mengkonsumsi makanan cepat saji. Makanan cepat saji adalah makanan yang praktis dan disajikan dengan waktu yang cepat. Banyaknya restoran cepat saji yang berada di Indonesia menimbulkan persaingan yang sangat ketat. Persaingan dalam bidang bisnis ditandai dengan adanya kemajuan teknologi dan perkembangan dunia usaha yang mengakibatkan persaingan sangat ketat antar perusahaan. Perkembangan teknologi di era globalisasi ini mengakibatkan masyarakat lebih menginginkan sesuatu yang lebih praktis dalam segala hal, termasuk makanan yang akan dikonsumsi masyarakat. Dengan berkembangnya teknologi, maka kehadiran makanan cepat saji semakin memanjakan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya.

Makanan siap saji (*fast food*) merupakan makanan yang disiapkan dan disajikan secara cepat, dimana sebelumnya sudah dilakukan proses pengolahan tahap awal sehingga pada saat ada pesanan hanya dibutuhkan proses pengolahan lanjutan yang waktunya relatif lebih cepat. Jenis makanan seperti ini dengan sempurna menjadi bagian dari gaya hidup dalam kehidupan serba cepat dari individu yang bekerja karena

keuntungan dari makanan cepat saji ini adalah menghemat waktu. Dalam kehidupan sekarang yang serba cepat ini, tidak ada pilihan lebih baik daripada mendapatkan makanan siap saji. Pada abad ke-20, bisnis gerai *fast food* semakin menyebar hingga kawasan benua Eropa, Afrika, Australia, dan Asia tidak terkecuali di Indonesia yang membuka restoran cepat saji dengan konsep waralaba. Di Indonesia makanan cepat saji itu sendiri digemari dari berbagai kalangan, mulai dari anak-anak, dewasa, hingga lanjut usia. Dikarenakan makanan cepat saji tersebut praktis dan harganya pun terjangkau. Saat ini sudah banyak sekali perusahaan memproduksi makanan siap saji di Indonesia. Agar bisa berhasil dalam bisnis yang kompetitif, pelaku bisnis harus dapat menawarkan promosi yang tepat kepada konsumen guna mencapai kepuasan konsumen yang maksimal.

Dalam bisnis makanan cepat saji banyak hal yang perlu di tingkatkan oleh perusahaan salah satunya adalah loyalitas konsumen. Tingginya tingkat persaingan di industri ini membuat perusahaan semakin berlomba lomba untuk meningkatkan loyalitas konsumen agar tidak berpindah ke produk lainnya. Mempertahankan loyalitas konsumen sangatlah penting untuk menjaga kelangsungan hidup suatu industri untuk meraih keunggulan kompetitif. Untuk mendapatkan loyalitas konsumen maka perusahaan harus memberikan imbal balik dalam bentuk kualitas pelayanan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Siregar (2017) dengan kesimpulan bahwa setiap perusahaan dituntut untuk bersaing secara kompetitif dalam hal menciptakan dan mempertahankan konsumen yang loyal yaitu salah satunya melalui persaingan untuk memberikan citra khusus bagi konsumennya.

Dalam suatu perusahaan yang mengedepankan kualitas dalam pelayanan akan meningkatkan loyalitas konsumen. Kualitas yang baik akan mempengaruhi perilaku konsumen. Dari segi kualitas yang biasanya di lihat oleh konsumen adalah dari cara penyajiannya, menerima keluhan konsumen dan menangani pesanan konsumen. Kualitas layanan mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan akan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Winanda (2016) menjelaskan jika pada restoran makanan cepat saji memiliki tiga atribut utama yang menjadi prioritas dalam kualitas pelayanan yaitu jumlah kasir yang melayani dapat memadai saat restoran sedang ramai, kecepatan pelayanan oleh kasir dan ketersediaan tempat cuci tangan yang bersih serta fasilitas pendukung lain yang lengkap. Dan menurut Zuraidah (2018) menjelaskan bahwa suatu perusahaan haruslah terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanannya karena pelanggan mengharapkan mendapat suatu pelayanan yang baik bahkan melebihi yang mereka harapkan sehingga pelanggan akan puas terhadap perusahaan tersebut.

Selain dari kualitas pelayanan, loyalitas juga akan berpengaruh dengan adanya harga. Harga yang dimaksud adalah harga yang terbilang cukup terjangkau untuk berbagai kalangan. Para konsumen rata-rata memilih tempat atau restoran yang memberikan harga yang terjangkau untuk di kunjungi. Pada penelitian yang di lakukan oleh Azizah (2020) memaparkan bahwa harga yang sesuai dengan produk yang ditawarkan akan bisa diterima oleh masyarakat. Dan harga dapat mempengaruhi pelanggan untuk melakukan pembelian. Dengan keunggulan yang dimiliki oleh suatu produk, harga dipertimbangkan oleh pelanggan dalam mengambil keputusan untuk membeli. Selain itu pelanggan yang setia akan melakukan pembelian kembali secara terus

menerus dengan harga yang tinggi untuk kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan.

Tempat yang menyediakan makanan cepat saji seperti Lazizaa yang berada di Sigura-gura Malang adalah salah satu restoran atau rumah makan yang menyajikan makanan instan. Dengan konsep makanan cepat saji ini di harapkan akan membentuk loyalitas konsumen menjadi lebih meningkat. Konsep dari lazizaa ini memberikan pelayanan dengan secepat mungkin dan dengan harga yang aman di kantong bagi para pembeli. Pelayanan yang di berikan di lazizaa ini terbilang cukup baik karena pembeli bisa langsung memesan makanan yang di inginkannya, dan dalam beberapa menit makanan sudah dapat di hidangkan. Lazizaa juga memberika pelayanan dengan menampilkan beragam menu seperti *burger*, *hot chicken wing*, *hot chicken drum*, *pizza*, paket makmur, paket semur, dan *dessert* dengan berbagai macam varian lainnya.

Pada masa pandemi ini Lazizaa juga menerapkan layanan dengan sistem untuk menjaga jarak, mencuci tangan dan tetap mematuhi protokol kesehatan. Makanan cepat saji yang di sediakan Lazizaa ini sering di kunjungi oleh mahasiswa ketika selesai kuliah. Selain dari kualitas layanan yang baik, harga juga menjadi selera mahasiswa. Pelayanan Lazizaa dapat juga dilakukan dengan *online* dan *offline*. Lazizaa dapat dipesan konsumen melalui aplikasi *gofood* untuk mempermudah konsumen yang malas datang ke tempat atau yang ingin menikmati menu Lazizaa di rumah.

Lazizaa Sigura-gura saat ini dihadapkan dengan permasalahan seperti sepiya konsumen yang datang ke tempat dikarenakan konsumen yang biasanya berkunjung harus berada di rumah untuk mematuhi aturan pemerintah. Dengan kondisi yang sepi seperti ini

mempengaruhi perkembangan restoran. Selain sepi pembeli yang datang ke lokasi, peminat Lazizaa yang memesan lewat *online* juga semakin menurun akibat adanya pandemi ini. Jika semakin lama mengalami seperti ini Lazizaa akan bangkrut karena tidak mendapatkan pemasukan. Target yang diharapkan Lazizaa tidak akan tercapai dengan baik. Loyalitas konsumen juga ikut mengalami penurunan. Untuk menangani permasalahan ini Lazizaa meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik untuk kembali menarik minat konsumen agar kembali loyal dan berlangganan di Lazizaa. Peningkatan lain dilakukan dengan memberikan harga yang lebih terjangkau dengan promo-promo yang disediakan.

Berdasarkan uraian di atas dapat diperoleh gambaran bahwa kualitas pelayanan, dan harga akan menentukan loyalitas konsumen untuk melakukan pembelian. Konsumen umumnya lebih memilih produk yang memiliki kualitas pelayanan yang baik, dan harga yang terjangkau. Permasalahan yang dialami Lazizaa Sigura-gura ini, bahwa persaingan jualbeli makanan cepat saji sangat luas, sehingga konsumen dihadapkan banyak pilihan untuk memilih tempat yang mampu memenuhi harapannya. Untuk mengatasi permasalahan tersebut dalam hal ini Lazizaa terus berupaya menciptakan daya saing produk melalui kualitas pelayanan dan harga. Dengan fenomena tersebut peneliti melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Makanan Cepat Saji di Lazizaa Chicken & Pizza Sigura-gura Malang**”.

1.2 Rumusan Masalah

- a. Apakah ada pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan, harga secara simultan terhadap loyalitas konsumen Makanan Cepat Saji di Lazizaa *Chicken & Pizza* Sigura-gura Malang ?
- b. Apakah ada pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen Makanan Cepat Saji di Lazizaa *Chicken & Pizza* Sigura-gura Malang ?
- c. Apakah ada pengaruh positif dan signifikan dari harga terhadap loyalitas konsumen Makanan Cepat Saji di Lazizaa *Chicken & Pizza* Sigura-gura Malang?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan, harga secara simultan terhadap loyalitas konsumen Makanan Cepat Saji di Lazizaa *Chicken & Pizza* Sigura-gura Malang.
- b. Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Makanan Cepat Saji di Lazizaa *Chicken & Pizza* Sigura-gura Malang.
- c. Untuk mengetahui pengaruh dari harga terhadap loyalitas konsumen Makanan Cepat Saji di Lazizaa *Chicken & Pizza* Sigura-gura Malang.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Ada beberapa manfaat yang akan diperoleh dari penenlitin ini sebagai berikut :

1. Bagi Penulis
 - a. Menambah pengetahuan baru bagi penulis mengenai pengaruh dari kualitas pelayanan, dan harga terhadap loyalitas konsumen pada konsumen Makanan Cepat Saji di Lazizaa *Chicken & Pizza* Sigura-gura Malang.
 - b. Menerapkan ilmu yang didapat selama perkuliahan.
2. Bagi Lazizaa *Chicken & Pizza* Sigura-gura Malang
Sebagai sumber referensi dan juga informasi dalam pengaruh dari kualitas pelayanan, dan harga terhadap loyalitas konsumen pada konsumen Makanan Cepat Saji di Lazizaa *Chicken & Pizza* Sigura-gura Malang.
3. Bagi Pemerintah dan Masyarakat
Sebagai sumber informasi bagaimana pengaruh dari kualitas pelayanan, dan harga terhadap loyalitas konsumen pada konsumen Makanan Cepat Saji di Lazizaa *Chicken & Pizza* Sigura-gura Malang.
4. Bagi Fakultas Ekonomi dan Prodi Manajemen
Sebagai pengetahuan baru dan juga tambahan serta pembanding dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti untuk kedepannya.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan sebelumnya didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan dan harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap terhadap Loyalitas Konsumen pada konsumen Makanan Cepat Saji Lazizaa *Chicken & Pizza* Sigura-gura Malang.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh secara langsung terhadap Loyalitas Konsumen pada konsumen Makanan Cepat Saji Lazizaa *Chicken & Pizza* Sigura-gura Malang.
3. Harga berpengaruh secara langsung terhadap terhadap Loyalitas Konsumen pada konsumen Makanan Cepat Saji Lazizaa *Chicken & Pizza* Sigura-gura Malang.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna dan terdapat keterbatasan, diantaranya sebagai berikut:

1. Penelitian ini terbatas hanya menggunakan Variabel Kualitas Pelayanan dan Harga.
2. Penelitian ini terbatas hanya mengambil responden pada Konsumen Makanan Cepat Saji Lazizaa *Chicken & Pizza* Sigura-gura Malang

Saran

Beberapa saran dari hasil penelitian ini antara lain, adalah:

1. Bagi Perusahaan
Perusahaan tetap mempertahankan dan meningkatkan Kualitas pelayanan dan harga kepada konsumen Makanan Cepat Saji Lazizaa *Chicken & Pizza* Sigura-gura Malang.
2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk:

- a. Menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi Kualitas Pelayanan dan harga untuk memperkuat hasil analisis penelitian.
- b. Menambah jumlah responden pada penelitian selanjutnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. (2015). *Manajemen Pemasaran jasa Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Azizah, S., & Hadi, S. (2020). Pengaruh Citra rasa dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intrervening Variabel Pada Produk Kentucky Fried Chicken (KFC) Arion Mall. *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*.
- Fadilah, M. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi kasus pada restoran siap saji KFC KM 40 Jakarta-Cikampek). *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Bangsa*.
- Fiazisyah, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen restoran cepat saji KFC Basuko rahmat Surabaya. *e-Journal Boga*, VOL.7 No. 2.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM Program SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Griffin. (2005). *Customer Loyalty*. Jakarta: Erlangga.
- Gujarati, D. (2003). *Ekonomi Dasar Terjemahan Sumarno Zain*. Jakarta: Erlangga.
- Hurriyati, R. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Japarianto, E. (2007). *Analisis kualitas layanan sebagai pengukuran loyalitas pelanggan rumah sakit*.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT.Salemba Empat.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1998). SERQUAL : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of service quality. *journal of retailing*, Vol. 64 pp 12-37.
- Priyatno, D. (2012). *cara kilat belajar analisis data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Rondonuwu, C. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pada KFC Atrium Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA*, 771-781.
- Sajid, M. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, kualitas makanan, dan persepsi Harga di restoran cepat saji terhadap niat berperilaku. *Jurnal Universitas Islam indonesia*.
- Siregar, N., & Fadilah, H. (2017). Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Kampoeng Deli Medan. *Jurnal Manajemen Tools*.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa, Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Tjiptono, f. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Winanda, A., & Sriyanto. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Restoran Cepat Saji Dengan Metode SERQUAL(Service Quality) dan IPA (Importance Performance Analysis). *Jurnal Fakultas Teknik*.
- Woen, N., & Santoso, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi dan Harga Normal Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Maksipreneur*, 146-163.
- Zuraidah, E. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Restoran Cepat Saji Dengan Metode SERVQUAL(Service Quality). *Jurnal PROSISKO*, VOL.5.

