

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN

PELANGGAN *MCDONALD'S* DI KOTA MALANG

SKRIPSI

Oleh:

MUHAMMAD ILYAS OKTAVIAN

ABDULLATIF

21801081088



UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS MALANG

2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik penyebaran kuisioner *online* menggunakan *snowball sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2023 dari program studi manajemen, Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan *McD*. Hasil dari penelitian ini juga ditemukan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Variabel harga ditemukan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

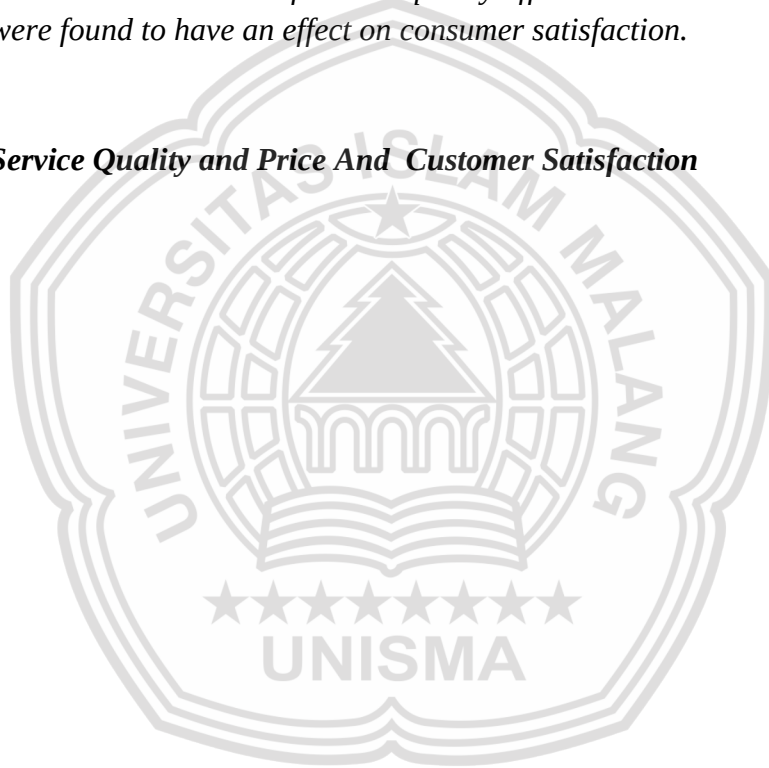


ABSTRACT

This study aims to describe the analysis of the influence of service quality and price on customer satisfaction. The data collection method in this study was carried out by an online questionnaire distribution technique using snowball sampling. The sample used in this study is 100 students of the Faculty of Business Economics, University of Islam Malang Class of 2023 from the management study program, The results of the study show that simultaneously the variables of service quality and price

have a positive and significant effect on McD's customer satisfaction. The results of this study also found that the variable of service quality affects consumer satisfaction. Price variables were found to have an effect on consumer satisfaction.

Keywords: *Service Quality and Price And Customer Satisfaction*



BAB I

PENDAHULUAN

1. 1 Latar Belakang

Indonesia saat ini terjadi perkembangan bisnis yang sangat pesat sekali, sehingga para pengusaha mengoptimalkan kinerja usahanya agar mampu bersaing dengan para pengusaha lainnya. Pengusaha harus mampu mengerti dan mengetahui kebutuhan pelanggannya. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang tepat harus dimiliki pembisnis agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis serta pelanggan memiliki rasa kepuasan.

Pada saat ini, bisnis di bidang makanan merupakan bisnis yang berkembang pesat. Bisnis makanan banyak diminati masyarakat karena menghasilkan keuntungan yang cukup tinggi serta makan merupakan kebutuhan pokok yang wajib terpenuhi bagi setiap orang. Dapat dilihat dari meningkatnya jumlah restaurant atau warung makan di tiap daerah salah satunya di Kota Malang. Bertambahnya perkembangan bisnis makanan ini membuat pengusaha bersaing dengan bentuk persaingan yang bermacam-macam salah satunya dari segi harga, layanan, dan lokasi. Memperhatikan harga sebelum membeli suatu produk merupakan kebanyakan yang dilakukan oleh para pelanggan. Harga merupakan suatu bagian yang terpenting bagi pembeli dan juga para penjual. Proses pertukaran barang atau jasa akan terjadi apabila penjual dan pembeli telah menyepakati harga.

Bagi para pengusaha yang bergerak dalam bidang kuliner, topik terpenting dalam meningkatkan daya saing suatu usaha yaitu kualitas layanan. Kunci keberhasilan suatu usaha ditengah persaingan yang semakin ketat ini yaitu dengan sikap perhatian terhadap pelanggan dengan cara melihat kebutuhan dan kepuasan atas layanan. Oleh sebab itu, perusahaan harus memberikan kepuasan melalui kinerjanya yang sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan. Suatu strategi untuk menarik lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan pelanggan, menghindari berpindahnya pelanggan serta menciptakan keunggulan yaitu melalui kualitas layanan. Perusahaan yang memprioritaskan kualitas layanan akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tombeng dkk (2019), yaitu kualitas layanan berdampak positif serta terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan. Dengan pelayanan yang bagus maka pelanggan akan merasa dihormati, sehingga pelanggan merasa nyaman dan pelanggan akan mendatangi kembali ke tempat makan tersebut. Dengan mematok harga tidak cocok, kebanyakan perusahaan bangkrut. Agar pelanggan dapat membeli barang tersebut, harga yang ditentukan harus sesuai dengan permintaan pasar. Harga adalah bahan pertimbangan bagi para pelanggan dalam menarik keputusan pembelian, karena harga mempengaruhi persepsi pelanggan mengenai produk tersebut. Hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan adalah persepsi harga, karena pelanggan akan menggunakan produk tersebut dan akan merasakan kepuasan setelah membeli dan menggunakan barang atau jasa tersebut.

Dengan mematok harga tidak cocok, kebanyakan perusahaan bangkrut. Agar pelanggan dapat membeli barang tersebut, harga yang ditentukan harus sesuai dengan permintaan pasar. Harga adalah bahan pertimbangan bagi para pelanggan dalam menarik keputusan pembelian, karena harga mempengaruhi persepsi pelanggan mengenai produk tersebut. Hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan adalah persepsi harga, karena pelanggan akan menggunakan produk tersebut dan akan merasakan kepuasan setelah membeli dan menggunakan barang atau jasa tersebut.

Sejalan dengan penelitian terdahulu Astuti dkk (2019), yaitu harga berdampak terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Husna dkk (2021) dan Pane dkk (2018) harga berdampak positif dan terhadap kepuasan pelanggan tidak signifikan.

Hal wajib yang diperhatikan oleh setiap para pengusaha khususnya pada bidang kuliner dalam menjalankan kegiatan usahanya yaitu kepuasan pelanggan. Saat ini banyak para pengusaha yang bergerak dibidang kuliner sehingga semakin memahami betapa pentingnya arti kepuasan pelanggan serta membentuk strategi untuk memberikan kepuasan bagi para pelanggan. Harapan dari pelanggan semakin terpenuhi, maka pelanggan akan semakin puas. Agar pelanggan dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya, maka pengusaha harus memiliki strategi-strategi dalam memperjualkan makanannya.

Jika pelanggan merasakan kepuasan, maka pelanggan tersebut akan melakukan pembelian secara berulang-ulang. Fakta yang mempengaruhi kepuasan terhadap pelanggan yaitu pengaruh kualitas layanan dan harga

McDonald's merupakan salah satu pelopor restoran cepat saji di Kota Malang yang cabangnya berada dimana-mana. Dari semua kalangan mulai anak-anak hingga orang dewasa sudah mengenal bahkan pernah mengonsumsi *McDonald's*. *McDonald's* sendiri memiliki ciri khas yaitu fastfood terbesar di dunia. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Mutiara dkk (2021) dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, terhadap Kepuasan Pelanggan *McDonald's*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti dapat merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengaruh kualitas Layanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan Pelanggan?
- b. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan?
- c. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan kualitas layanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

- b. Untuk mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan Pelanggan.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan Pelanggan.

1.3.2 Manfaat Penelitian

- a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan informasi serta dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan mengenai manajemen pemasaran. Selain itu juga untuk mengembangkan study opini, menambah pengetahuan dan pembendaharaan kepustakaan Program Studi Manajemen Universitas Islam Malang. Diharapkan dapat menjadikan ilmu yang bermanfaat untuk menambah masukan penelitian selanjutnya terhadap permasalahan yang sama.

- b. Secara Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan perusahaan untuk menjaga kepuasan pelanggan khususnya melalui kualitas Layanan dan harga.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan juga pembahasan yang sudah di uraikan pada bab sebelumnya, maka dapat di simpulkan bahwa:

- a. Kualitas Layanan dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen Mc'Donald's
- b. Kualitas Layanan dinyatakan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen Mc'Donald's
- c. Harga dinyatakan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen Mc'Donald's

5.2 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan, yang diantaranya:

- a. Keterbatasan variabel penelitian ini yang hanya meneliti Kualitas Layanan, Harga, dan Kepuasan Konsumens Mc'Donald's terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2023
- b. Keterbatasan penelitian ini terkendala dengan keterbatasan waktu
- c. Keterbatasan responden yang diambil menjadi sampel sejumlah 100

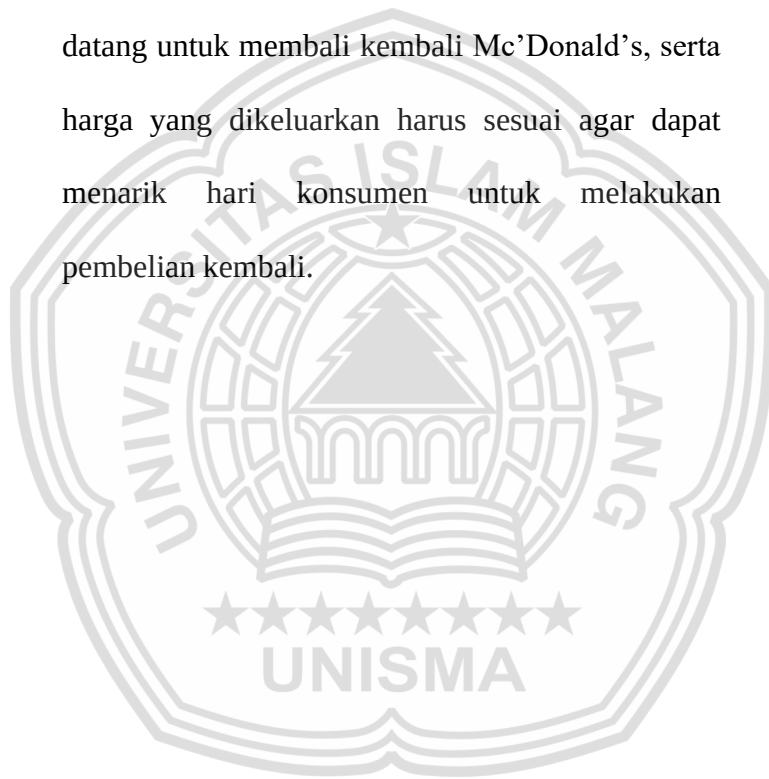
5.3 Saran Penelitian

Terdapat beberapa saran bagi para peneliti selanjutnya, yaitu:

- a. Saran untuk peneliti selanjutnya dengan melakukan penambahan dalam variabel seperti loyalitas konsumen dan kualitas produk.
- b. Saran untuk peneliti selanjutnya sebaiknya menambah jumlah

responden yang lebih banyak agar cakupan tanggapan responden mengenai hal ini semakin luas

- c. Saran untuk lembaga maupun perusahaan Mc'Donald's, banyaknya persaingan restoran cepat saji saat ini diharapkan kepada pihak Mc'Donald's selalu memperhatikan Kualitas Layanan yang diberikan kepada konsumen sehingga konsumen datang untuk membeli kembali Mc'Donald's, serta harga yang dikeluarkan harus sesuai agar dapat menarik hati konsumen untuk melakukan pembelian kembali.



DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, dkk. (2019). "*Pengaruh Variasi Menu dan Cita Rasa, Persepsi Harga, Kebersihan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Duta Minang Jl. Brigjen Katamso*". Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. Jurnal Manajemen Dewantara
- Cockrill, A. Mark M.H. Goode. (2010). "*Perceived Price And Price Decay In the DVD Marke*". The Journal of Product And Brand Management, 19 (5) .
- Drummond, K. E., & Brefere, L. M. (2010). "*Nutrition for foodservice and culinary professionals (p. 480)*". Wiley
- Drummond KE and Brefere LM. (2010). Nutrition for Foodservice and Culinary Profesional's, Seventh Edition. In New Jersey: Jhon Wiley & Sons, Inc.
- El Fikri, M. (2018). *Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Sidempuan Medan*. Jumant, 9(1), 111.
- Ghozali, Iman. (2013). "*Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS.21. Edisi 7*". Semarang, Penerbit Universitas Diponegoro
- Garrow JS dan James WPT 2010. "*Human Nutrition and dietetics Ninth. Edition. Edinburg*". Churchill Livingstone.
- Harjati, L., & Venesia, Y. (2015). "*Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala*". E-Journal WIDYA Ekonomika, Vol 1, Hal 64–74.
- Fandy, Tjiptono, (2014). "*Pemasaran Jasa*". Andi : Yogyakarta
- Fandy, T. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. (Andi. (ed.); Edisi 2).
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran* (Andi Offset (ed.); Edisi 4).
- Fandy Tjiptono dan Gregorius chandra. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. (Andi (ed.)).
- Ghozali, I. (2016). "*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi 8*". Badan penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. (Badan Pene).
- Husna, dkk. (2021). "*Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi, Harga, Kualitas Produk dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ayam Geprek Warung Endus Sibuya*". Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Bangsa.

- Kotler, P. dan G. A. (2008). *"Principles Of Marketing. Twelfth Edition"*. Pearson Kotler, Philip; Armstrong, Garry. (2008). *Prinsip- prinsip Pemasaran* (Jilid 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *"Marketing Management, 15th Edition"*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc
- Kotler dan Gary Armstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran* (Edisi Kesembilan. (ed.); Jilid 1). Erlangga. p125.
- Kotler, P. and K. L. K. (2016). *"Marketing Managemen "*(I. Pearson Education (ed.); 15th Editi).
- Lovelock, Christopher, & L. W. (n.d.). *"Principles Of Service Marketing And Management And Management 2"*. (ed.)). New Jersey.
- Maimunah, S. (2020). *"Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan"*. Jurnal Ekonomi& Ekonomi Syariah, 4(1),411–427. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.300>.
- Malhotra, Naresh. 2014. *Basic Marketing Research*. Pearson Education. England. Metro And Non-Metro City. *International Journal of Hospitality & Tourism Systems*, 5(2), 13–22.
- Mutiara, dkk. (2021) *"Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan"*. Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). *"A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research"*. *Journal of Marketing* 49(4), 41. <https://doi.org/10.2307/1251430>.
- Priyono, Agus. (2015). *"Analisis Data Dengan SPSS. Cetakan pertama"*. Malang: FE UNISMA.
- Saladin Djaslim. (2003). *"Manajemen Pemasaran"*. Bandung: Linda Karya Setyaningsih. (2010). *"Pemasaran dan Strategi Pemasaran Produk"*. Yogyakarta: BPFE.
- Stanner S, Thompson R, & Buttriss JL. (2009). *"Healthy Ageing: The Role of Nutrition and Lifestyle"*. British Nutrition Foundation. Wiley Blackwell: Oxford.
- Sugiono. (2017). *"Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D"*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sulaksana. (2003). *Integrated Marketing Communications; Teks dan Kasus*. Pustaka Pelajar.

Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran. Cetakan pertama*. CAPS (CenterforAcademic Publishing Service).

Swastha, Basudan H. (2000) " *Azas-azas Marketing, Edisi Revisi*"

,Yogyakarta :AkademiKeuagandanBisnis(AKB)

Tjiptono. (2011). "*Servis Manajemen Mewujudkan Layanan Prima*".

Yogyakarta:ANDI.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, danPenelitian*. AndiOffset.

Tjiptono Fandy dan Anastasia Diana. (2015). *Pelanggan Puas Tak Cukup*(andi (ed.)).

Tjiptono, Fandy dan Gregorius C. (2016). "*Service, Quality & Satisfaction*".Yogyakarta. Andi

Tombeng, B. dkk. (2019) " *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan RajaOci Manado The Effect Of Service Quality, Price And Product Quality On Customer Satisfaction At Raja Oci Manado Restaurant*". Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado

Tombokan, F., Kawet, L., & Uhing, Y. (2015). *Pengaruh kualitasLayanan.Citra... 552 Jurnal EMBA*, 3(3), 552–561.

Toncar, M. F., Alon I., M. E. (2010). "*The Importance of Meeting Price Expectations*". Journal of Product and Brand

Management, 19(4), 295–305.

Umar dan Husein. (2016). *Study Kelayakan Bisnis. Edisi Ketiga*.

Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.

- Wahidah, N. (2010). “*Komponen Komponen yang Memengaruhi Cita Rasa Bahan Pangan*”.
<http://www.idazweek.co.cc/2010/02/komponenkomponen-yangmemengaruhi-cita.html>. Diakses tanggal 9 Januari 2024.
- Wijaya, Tony. (2011). “*Manajemen Kualitas Jasa: Desain Servqual, QFD, dan Kano: Disertasi Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian, Cetakan ke-2*” PT INDEKS, Jakarta.
- Zeithaml, Valerie A. Mary Jo Bitner. (2000). “*Service marketing, integrating Costumer Focus Across The Firm. 2nd edition*”, Mc Graw - Hill:USA Lampiran

