

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN MAXX COFFEE LIPPO PLAZA
KEBOEN RAYA
BOGOR**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

**MUHAMAD CHAIRUL ALWAN
NIM: 2411807170**



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2022**



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN MAXX COFFEE LIPPO PLAZA
KEBOEN RAYA
BOGOR**

Oleh:

Nama : MUHAMAD CHAIRUL ALWAN
NIM : 2411807170
Jurusan : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 08 Agustus 2022

Dosen Pembimbing,

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen



Sandi Noorzaman, S.Si, MM



Altatit Dianawati, S.Si, MM

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN MAXX COFFEE LIPPO PLAZA
KEBOEN RAYA
BOGOR**

Oleh:

Nama : MUHAMAD CHAIRUL ALWAN
NIM : 2411807170
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Senin
Tanggal : 08 Agustus 2022
Waktu : 14.20 - 15.40 Wib

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Eko Wahyu Widayat, S.Si, SE, MM

Anggota I : Hanantyoko Dewanto, SP, MM

(.....)
(.....)

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si, MM

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : MUHAMAD CHAIRUL ALWAN
Tempat, Tanggal Lahir : Bogor, 19 April 1998
NIM : 2411807170
Jurusan : Manajemen
Nomor KTP : 3201251904980002
Alamat : Jl. Raya puncak Kp. Sampay RT/RW 002/003 Ds.
Tugu Utara Kec. Cisarua Kab. Bogor 16750

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Maxx *Coffee* Lippo Plaza Keboen Raya Bogor ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan izin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 08 Agustus 2022

MUHAMAD CHAIRUL ALWAN

ABSTRAK

MUHAMAD CHAIRUL ALWAN. NIM 2411807170. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Maxx Coffee Lippo Plaza Keboen Raya Bogor.

Seiring berkembangnya industri *coffee shop* yang pesat saat ini, berbagai *coffee shop* di Indonesia mengalami banyak perubahan khususnya perubahan konsep sehingga marak bermunculan *coffee shop* bernuansa modern yang disesuaikan dengan gaya hidup konsumen saat ini. Dengan adanya suatu gaya hidup baru yang diciptakan oleh generasi saat ini, menarik persaingan industri *coffee shop* kedalam suatu tingkat baru dimana yang terbaiklah yang dapat bertahan dalam persaingan. Adapun permasalahan yang dihadapi seperti kualitas pelayanan dan harga yang tidak sesuai dengan keinginan, serta komplain yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Maxx Coffee Lippo Plaza Keboen Raya Bogor. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (*explanatory*) dengan metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling*. Adapun sampel tersebut berjumlah 100 responden, dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa 86,0% faktor-faktor kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan harga sedangkan sisanya 14,0% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan dan harga secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan hasil analisis yaitu nilai $F_{hitung} (306,029) > F_{tabel} (3,09)$. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} (6,723)$ dan harga menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} (5,202)$ dimana $t_{tabel} (1,984)$ maka secara parsial kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Maxx Coffee Lippo Plaza Keboen Raya Bogor. Variabel yang dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan di Maxx Coffee Lippo Plaza Keboen Raya Bogor adalah harga.

Kata kunci: kualitas pelayanan, harga, kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

MUHAMAD CHAIRUL ALWAN. NIM 2411807170. *The Effect of Service Quality and Price on Customer Satisfaction at Maxx Coffee Lippo Plaza Keboen Raya Bogor.*

Along with the rapid development of the coffee shop industry today, various coffee shops in Indonesia have undergone many changes, especially changes in concept so that there are many modern coffee shops that are adapted to the lifestyle of today's consumers. With the existence of a new lifestyle created by the current generation, it is pulling the competition of the coffee shop industry to a new level where the best can survive the competition. The problems faced such as service quality and prices that are not in accordance with the wishes, as well as complaints related to customer satisfaction.

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of service quality and price on customer satisfaction at Maxx Coffee Lippo Plaza Keboen Raya Bogor. The type of research used is explanatory research with research methods in the form of data collection using questionnaires. The data analysis model used is multiple linear regression analysis. Sample selection was done by purposive sampling. The sample is 100 respondents, using multiple linear regression analysis.

The results of the regression test show that 86.0% of customer satisfaction factors can be explained by service quality and price while the remaining 14.0% is explained by other factors not examined in this study. While the results of the F test indicate that the service quality and price variables simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction with the analysis results that the value of $F_{count} (306,029) > F_{table} (3,09)$. The results of the t-test indicate that the service quality variable shows the results of the t_{count} analysis (6,723) and the price shows the results of the t_{count} analysis (5,202) where $t_{table} (1,984)$ then partially the two variables have a significant effect on customer satisfaction at Maxx Coffee Lippo Plaza Keboen Raya Bogor. The dominant variable affecting customer satisfaction at Maxx Coffee Lippo Plaza Keboen Raya Bogor is price.

Keywords: service quality, price, customer satisfaction.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Maxx *Coffee* Lippo Plaza Keboen Raya Bogor ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena penulis melihat fenomena masyarakat yang semakin gemar untuk berkunjung ke berbagai tempat *Coffee Shop* yang tersedia. Oleh sebab itu perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui berbagai faktor yang dapat mempengaruhi keputusan masyarakat untuk berkunjung ke *Coffee Shop*. Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang kepada:

1. Bapak Nurdin Rifai, SE, MSc.MAP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Ibu Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Ibu Altatit Dianawati, S.Si, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Prodi ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Bapak Sandi Noorzaman, S.Si, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Jurusan Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh

ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.

6. Para staf dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
7. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2018 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
8. Kepada Saudara Topan Sopandi yang telah berkenan untuk menjadi sumber informasi dalam melakukan penelitian ini.
9. Ayahanda Ujang Mumin serta Ibunda Mumun tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
10. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan, oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Amiin.

Depok, 08 Agustus 2022

Penulis,

MUHAMAD CHAIRUL ALWAN

NIM: 2411807170

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBARAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBARAN SIDANG	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Pembatasan Masalah	5
1.4. Perumusan Masalah	5
1.5. Tujuan Penelitian	5
1.6. Manfaat Penelitian	6
1.7. Sistematika Penulisan	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2.1.2. Proses Manajemen Pemasaran	9
2.2. Pelayanan	9
2.2.1. Pengertian Pelayanan	9
2.2.2. Kualitas Pelayanan	10
2.2.3. Indikator Kualitas Pelayanan	11
2.3. Harga	12
2.3.1. Pengertian Harga	12
2.3.2. Dimensi Harga	12
2.3.3. Indikator Harga	13
2.4. Kepuasan Pelanggan	15
2.4.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	15
2.4.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	15
2.4.3. Indikator Kepuasan Pelanggan	16
2.5. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	16
2.6. Penelitian Terdahulu	17
2.7. Kerangka Konseptual	20
2.8. Hipotesis	21

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	22
3.2. Jenis Penelitian	22
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	23
3.3.1. Populasi	23
3.3.2. Sampel	23
3.4. Teknik Pengumpulan Data	24
3.5. Dfinisi Konsep	25
3.6. Definisi Operasional	25
3.7. Teknik Analisis Data.....	27
3.7.1. Skala dan Angka Penafsiran	27
3.7.2. Analisis Regresi Linier Berganda	29
3.7.3. Uji Kualitas Data	30
3.6.4. Uji Asumsi Klasik	31
3.6.5. Uji Hipotesis	33
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian	36
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	36
4.1.2. Visi dan Misi	36
4.1.3. Struktur Organisasi	37
4.1.4. Ruang Lingkup Kerja.....	38
4.1.5. Jenis Produk Yang Dijual	39
4.1.6. Karakteristik Responden	42
4.1.7. Tanggapan Responden	45
1. Kualitas Pelayanan.....	45
2. Harga	47
3. Kepuasan Pelanggan	48
4.1.8. Hasil Uji Kualitas Data	49
1. Uji Validitas	50
2. Reliabilitas	52
4.1.9. Hasil Uji Asumsi Klasik	52
1. Uji Normalitas.....	53
2. Uji Multikolinieritas.....	54
3. Uji Heteroskedastisitas.....	55
4.1.10. Hasil Uji Hipotesis	56
1. Persamaan Regresi Linier Berganda	56
2. Hasil Uji F (Simultan).....	57
3. Koefisien Determinasi.....	58
4. Hasil Uji t (Parsial).....	58
5. Pengaruh Dominan.....	59
4.2. Pembahasan.....	60
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	62
5.2. Saran	62

DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Contoh Perbandingan Harga Maxx Dengan <i>Coffee Shop</i> Lain	3
Tabel 1.2.	Jumlah Pendapatan Maxx <i>Coffee</i> Selama Tahun 2020-2021	3
Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1.	Jadwal Pelaksanaan Penelitian	22
Tabel 3.2.	Definisi Operasional	27
Tabel 3.3.	Skala Likert	28
Tabel 3.4.	Angka Penafsiran	28
Tabel 4.1.	Daftar Menu Minuman.....	39
Tabel 4.2.	Daftar Menu Makanan	40
Tabel 4.3.	Daftar Menu <i>Merchandise</i>	42
Tabel 4.4.	Karakteristik Responden.....	43
Tabel 4.5.	Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas Pelayanan	45
Tabel 4.6.	Tanggapan Responden Atas Variabel Harga	47
Tabel 4.7.	Tanggapan Responden Atas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	48
Tabel 4.8.	Hasil Uji Validitas Atas Variabel Kualitas Pelayanan.....	50
Tabel 4.9.	Hasil Uji Validitas Atas Variabel Harga.....	51
Tabel 4.10.	Hasil Uji Validitas Atas Variabel Kepuasan Pelanggan	51
Tabel 4.11.	Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4.12.	Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	54
Tabel 4.13.	Hasil Uji Multikolinieritas (Tolerance dan VIF)	55
Tabel 4.14.	Hasil Uji Regresi Berganda	56
Tabel 4.15.	Hasil Uji F.....	57
Tabel 4.16.	Koefisien Determinasi.....	58
Tabel 4.17.	Hasil Uji t (Uji Parsial)	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Grafik Data Konsumsi Kopi Nasional Tahun 2016-2017	1
Gambar 2.1.	Kerangka Konseptual Penelitian	20
Gambar 4.1.	Struktur Organisasi PT. Maxx <i>Coffee</i> Prima.....	37
Gambar 4.2.	Hasil Uji Normalitas.....	53
Gambar 4.3.	Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Pendekatan Grafik	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Penelitian	65
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	66
Lampiran 3. Tabulasi Data	69
Lampiran 4. Hasil Output SPSS.....	71
Lampiran 5. Kartu Bimbingan	77
Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup	78
Lampiran 7. Tabel r, F dan t	79