

HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK DENGAN KEPUASAN PELANGGAN KFC ARION MALL PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

IMAN TRI WIDODO

8135153137



*Building
Future
Leaders*

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2019

***THE CORRELATION BETWEEN PRODUCT QUALITY,
SERVICE QUALITY AND BRAND IMAGE WITH THE
CUSTOMER SATISFACTION KFC ARION MALL IN THE
FACULTY OF ECONOMICS STUDENT IN STATE UNIVERSITY
OF JAKARTA***

IMAN TRI WIDODO

8135153137



*Building
Future
Leaders*

*Thesis is organized as one of the requirements for obtaining Bachelor of
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta*

STUDY PROGRAM OF BUSINESS EDUCATION

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2019

ABSTRAK

IMAN TRI WIDODO, Hubungan antara Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek dengan Kepuasan Pelanggan KFC Arion Mall pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek dengan kepuasan pelanggan KFC Arion Mall pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah metode *survey* dengan pendekatan korelasional, populasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *Purposive sampling* sebanyak 151 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $\hat{Y} = 39,143 + 0,477 X_1$, $\hat{Y} = 5,304 + 0,819 X_2$ dan $\hat{Y} = 31,541 + 0,604 X_3$. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan tingkat signifikansi (α) = 5% atau 0,05 dan menghasilkan tingkat signifikan Y bernilai sebesar 0,200, X_1 bernilai sebesar 0,200, X_2 bernilai sebesar 0,200 dan X_3 bernilai sebesar 0,200. Karena tingkat signifikansi ketiga variabel tersebut > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Uji linieritas regresi Y atas X_1 , Y atas X_2 dan Y atas X_3 menghasilkan nilai signifikansi pada *Linearity*, yaitu $0,000 < 0,05$, sehingga disimpulkan bahwa memiliki hubungan yang linier. Dari uji keberartian regresi dilakukan uji t dan dihasilkan Y atas X_1 $t_{hitung} = 8,814$ dan $t_{tabel} = 1,65529$, Y atas X_2 $t_{hitung} = 8,650$ dan $t_{tabel} = 1,65529$ dan Y atas X_3 $t_{hitung} = 8,734$ dan $t_{tabel} = 1,65529$. Nilai koefisien determinasi antara variabel kualitas produk (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,343, nilai koefisien determinasi antara variabel kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,334 dan nilai koefisien determinasi antara variabel citra merek (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,339. Jadi, terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan. Koefisien determinasi Y atas X_1 yang diperoleh sebesar 34,3% sedangkan 65,7% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Koefisien determinasi Y atas X_2 yang diperoleh sebesar 33,4% sedangkan 66,6% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. serta hubungan positif dan signifikan antara citra merek dengan kepuasan pelanggan. Koefisien determinasi Y atas X_3 yang diperoleh sebesar 33,9% sedangkan 66,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci: Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Citra Merek

ABSTRACT

IMAN TRI WIDODO, *The Correlation between Product Quality, Service Quality and Brand Image with Customer Satisfaction KFC Arion Mall in The Faculty of Economics Student in State University of Jakarta. Faculty of Economics, State University of Jakarta.*

The purpose of this study was to determine the relationship between product quality, service quality and brand image with customer satisfaction at Arion Mall KFC on students of the Faculty of Economics, State University Jakarta. The research method that the researchers used was a survey method with a correlational approach, the population used was all students of the Faculty of Economics, State University of Jakarta. The sampling technique used was Purposive sampling technique of 151 people. The resulting regression equations are $\hat{Y} = 39.143 + 0.477 X1$, $\hat{Y} = 5.304 + 0.819 X2$ and $\hat{Y} = 31.541 + 0.604 X3$. Test requirements analysis is the normality test with the Kolmogorov-Smimov test with a significance level (α) = 5% or 0.05 and produces a significant level of Y value of 0.200, X1 of value of 0.200, X2 of value of 0.200 and X3 of value of 0.200. Because the significance level of the three variables > 0.05, it can be concluded that the data is normally distributed and can be used in further analysis. Linearity regression test of Y for X1, Y for X2 and Y for X3 produces significance value in Linearity, which is 0,000 < 0.05, so it can be concluded that it has a linear relationship. From the significance of the regression test t test was produced and Y yielded X1 count = 8.814 and ttable = 1.65529, Y over X2 tcount = 8.650 and ttable = 1.65529 and Y over X3 count = 8.734 and ttable = 1.65529. The value of the coefficient of determination between product quality variables (X1) to customer satisfaction (Y) of 0.343, the value of the coefficient of determination between the variables of service quality (X2) to customer satisfaction (Y) of 0.334 and the value of the coefficient of determination between variables of brand image (X3) of satisfaction customers (Y) of 0.339. So, there is a positive and significant relationship between product quality and customer satisfaction. The coefficient of determination of Y over X1 obtained by 34.3% while the remaining 65.7% is influenced by other variables. A positive and significant relationship between service quality and customer satisfaction. The coefficient of determination of Y over X2 obtained by 33.4% while the remaining 66.6% is influenced by other variables. and a positive and significant relationship between brand image and customer satisfaction. The coefficient of determination of Y over X2 obtained 33.9% while the remaining 66.1% is influenced by other variables.

Keywords: *Customer Satisfaction, Product Quality, Service Quality, Brand Image*

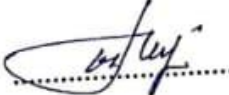
LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Dedi Purwana ES., M.Bus
NIP. 196712071992031001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dr. Corry Yohana, MM</u> NIP. 195909181985032011	Ketua Penguji		<u>20/08/2019..</u>
2. <u>Dita Puruwita, S.Pd., M.Si</u> NIP. 198209082010122004	Penguji Ahli		<u>20/08/2019..</u>
3. <u>Terrylina Arvinta, SE, MM</u> NIDK. 8854660018	Sekretaris		<u>20/08/2019..</u>
4. <u>Dra. Dientje Griandini, M.Pd</u> NIP. 195507221982102001	Pembimbing I		<u>20/08/2019..</u>
5. <u>Rahmi, S.E., M.S.M</u> NIP. 198305012018032001	Pembimbing II		<u>20/08/2019..</u>

Tanggal Lulus: 12/08/2019..

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 11 Agustus 2019

Yang membuat pernyataan



Iman Tri Widodo
NIM.8135153137

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya dengan memberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan antara Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek dengan Kepuasan Pelanggan KFC Arion Mall pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dra. Dientje Griandini, M.Pd selaku dosen pembimbing I yang telah banyak berjasa dalam memberikan ilmu, motivasi, arahan, saran, dukungan, perhatian dan kesabaran dalam membimbing penulisan skripsi ini.
2. Rahmi, S.E, M.S.M selaku dosen pembimbing II sekaligus dosen pembimbing akademik yang telah banyak berjasa dalam memberikan bimbingan, ilmu, telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, perhatian, dukungan, saran yang membangun, motivasi dan juga telah banyak mengajarkan kebaikan selama masa perkuliahan saya dan dalam penelitian ini.
3. Ryna Parlyna, MBA selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis.
4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu yang berguna.

5. Prof. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
6. Seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi yang telah meluangkan waktunya dalam membantu penelitian ini.
7. Kedua orang tua tercinta yaitu, Ibu Sulastri dan Bapak Lelono Prastio yang selalu setia mendukung, menemani dan menyayangi dengan tulus.
8. Teman-teman seperjuangan terkhususnya Keluarga BAAK tercinta yang saling membantu sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
9. Untuk mantan kekasih yang sudah terlebih dahulu dipinang orang, terimakasih sudah memberi motivasi yang luar biasa hingga saat ini
10. Rekan-rekan kerja di PT. Wijaya Karya Industri Energi khususnya Bapak Reonius Wijaya Agoes selaku atasan yang telah memberikan kesempatan menyusun penelitian ini sehingga dapat terselesaikan.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa, dalam menyusun skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan.

Jakarta, Agustus 2019



Iman Tri Widodo