

**PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI, LOKASI DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI *JADE IMPERIAL RESTAURANT* SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

PETER SANDY A

NPM.14110001

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERHOTELAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA

SURABAYA

2018

**PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI, LOKASI DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI *JADE IMPERIAL RESTAURANT* SURABAYA**

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Prasyarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana**



Oleh :

PETER SANDY A

NPM.14110001

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERHOTELAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA**

2018

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Peter Sandy A

NPM : 14110001

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Perhotelan

Judul Skripsi : Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di *Jade Imperial Restaurant* Surabaya.

Pembimbing

Tanggal : 16 Juli 2018



(Lilik Indrawati, S.E., M.M.)

Mengetahui:

Ketua Program Studi

Tanggal : 16 Juli 2018



(Lilik Indrawati, S.E., M.M.)

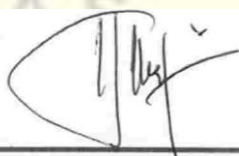
LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh **Peter Sandy A** dengan NPM **14110001**

Telah diuji pada 23 Juli 2018

Dinyatakan **LULUS** oleh :

Ketua Tim Penguji



(Drs. Bruno Hami P., S.E.,M.M.)

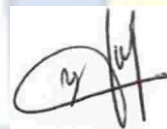
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi,

Ketua Program Studi,



(Thyopolda W.S.P., S.E.,M.M)



(Lilik Indrawati, S.E., M.M.)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI *JADE IMPERIAL RESTAURANT* SURABAYA

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan

Tim penguji skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika

Jurusan Manajemen Perhotelan

Pada Hari Senin, Tanggal 23 Juli 2018

Disusun oleh :

Nama : Peter Sandy A

NPM : 14110001

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Perhotelan

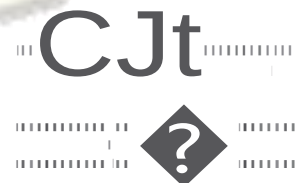
Tim Penguji

Nama

1. Drs. Bruno Hami P., S.E.,M.M. (Ketua)

2. Lilik Indrawati, S.E., M.M. (Anggota)

3. Thyopoida W.S.P., S.E.,M.M (Anggota)



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama NPM : Peter Sandy A

Alamat Asli : 14110001

No. Identitas (KTP) : Jl. Bulak Banteng Wetan 13/18, Surabaya

: 3578100508950003

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan judul :

Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Jade Imperial Restaurant Surabaya.

Adalah merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan baik secara keseluruhan maupun sebagian dalam bentuk jurnal, working paper atau bentuk lain yang di publikasikan secara umum. Skripsi (Tugas akhir) ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Apabila kemudian hari terbukti saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika termasuk pencabutan gelar keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Surabaya, 27 Juli 2018

Hormat Saya,



Peter Sandy A

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul : **“Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di *Jade Imperial Restaurant* Surabaya”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana ekonomi (S.E) program Strata satu (S-1) di Jurusan Manajemen Perhotelan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.

Selama Penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari banyak kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yesus, yang telah menyertai dan memberikan hikmat untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
2. Orang tua dan keluarga besar, yang selalu mendukung dan mendoakan saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Romo / Bapak Dr. Y. Budi Hermanto, M.M selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika.
4. Ibu Thyophoida W.S.P., S.E, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.
5. Ibu Lilik Indrawati, S.E, M.M selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Katolik Darma Cendika sekaligus dosen pembimbing yang telah

mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.

6. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika yang telah memberikan pengetahuan dan pengajaran selama saya menjadi mahasiswa.
7. Buat teman-teman Universitas Katolik Darma Cendika dan teman-teman diluar Universitas yang telah mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi.
8. Konsumen dan para pegawai *Jade Imperial Restaurant* Surabaya yang telah membantu kelancaran dalam menyusun skripsi.

Penulis telah berusaha dalam menyusun skripsi ini, namun karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan, dan pengalaman maka penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 16 Juli 2018

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Bauran Pemasaran.....	9
2.1.1.1 Definisi Bauran Pemasaran.....	9
2.1.1.2 Mengembangkan Bauran Pemasaran.....	10
2.1.2 Produk.....	11
2.1.2.1 Definisi Produk.....	11
2.1.2.2 Klasifikasi Produk.....	14
2.1.2.3 Tipe Produk.....	16
2.1.2.4 Tingkatan Produk.....	16

2.1.2.5 Siklus Hidup Produk.....	17
2.1.2.6 Variabel-Variabel Produk.....	18
2.1.3 Harga.....	19
2.1.3.1 Definisi Harga.....	19
2.1.3.2 Orientasi Penetapan Harga.....	21
2.1.3.3 Tujuan Penetapan Harga.....	21
2.1.3.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga.....	22
2.1.3.5 Variabel Harga.....	23
2.1.4 Promosi.....	24
2.1.4.1 Definisi Promosi.....	24
2.1.4.2 Tujuan Promosi.....	26
2.1.4.3 Faktor yang Mempengaruhi Promosi.....	27
2.1.4.4 Bauran Promosi.....	27
2.1.5 Lokasi.....	29
2.1.5.1 Definisi Lokasi.....	29
2.1.5.2 Pemilihan Lokasi.....	30
2.1.6 Kualitas Pelayanan.....	31
2.1.6.1 Definisi Kualitas Pelayanan.....	31
2.1.6.2 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	32
2.1.7 Kepuasan Konsumen.....	33
2.1.7.1 Definisi Kepuasan Konsumen.....	33
2.1.7.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	33
2.1.8 Pengaruh antara Variabel Independen terhadap Variabel Dependen.....	35
2.1.8.1 Pengaruh antara Produk terhadap Kepuasan Konsumen.....	35

2.1.8.2 Pagaruh antara Harga terhadap Kepuasan Konsumen.....	35
2.1.8.3 Pengaruh antara Promosi terhadap Kepuasan Konsumen.....	36
2.1.8.4 Pengaruh antara Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen.....	36
2.1.85 Pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen..	36
2.2 Penelitian Terdahulu.....	37
2.2.1 Penelitian Terdahulu I.....	37
2.2.2 Penelitian Terdahulu II.....	38
2.2.3 Penelitian terdahulu III.....	40
2.3 Rerangka Pemikiran.....	42
2.4 Rerangka Konseptual.....	43
2.5 Hipotesis Penelitian.....	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Obyek Penelitian.....	45
3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data.....	45
3.2.1 Pendekatan Penelitian.....	45
3.2.2 Sumber Data.....	46
3.3 Variabel Penelitian.....	46
3.4 Definisi Operasional.....	47
3.5 Populsi dan Sample.....	50
3.5.1 Populasi.....	50
3.5.2 Sample.....	50
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	53
3.7.1 Uji Validitas.....	53

3.7.2 Uji Realibilitas.....	54
3.8 Teknik Analisis Data.....	54
3.8.1 Uji Asumsi Klasik.....	54
3.8.2 Uji Regresi Berganda.....	56
3.8.3 Uji Koefisien Determinasi.....	57
3.8.4 Uji t (Parsial).....	57

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	59
4.1.1 Sejarah Singkat Jade Imperial Restaurant Surabaya.....	59
4.1.2 Struktur Organisasi Jade Imperial Restaurant.....	60
4.1.3 Tugas dan Tanggung Jawab.....	60
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	65
4.2.1 Karakteristik Responden.....	65
4.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	68
4.3.1 Uji Validitas.....	68
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	69
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	70
4.4.1 Uji Normalitas.....	70
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	71
4.4.3 Uji Multikolinearitas.....	72
4.4.4 Uji Regresi Berganda.....	73
4.4.5 Uji Koefisien Determiasi.....	75
4.4.6 Uji t (Parsial).....	76

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan..... 81

5.2 Saran..... 82

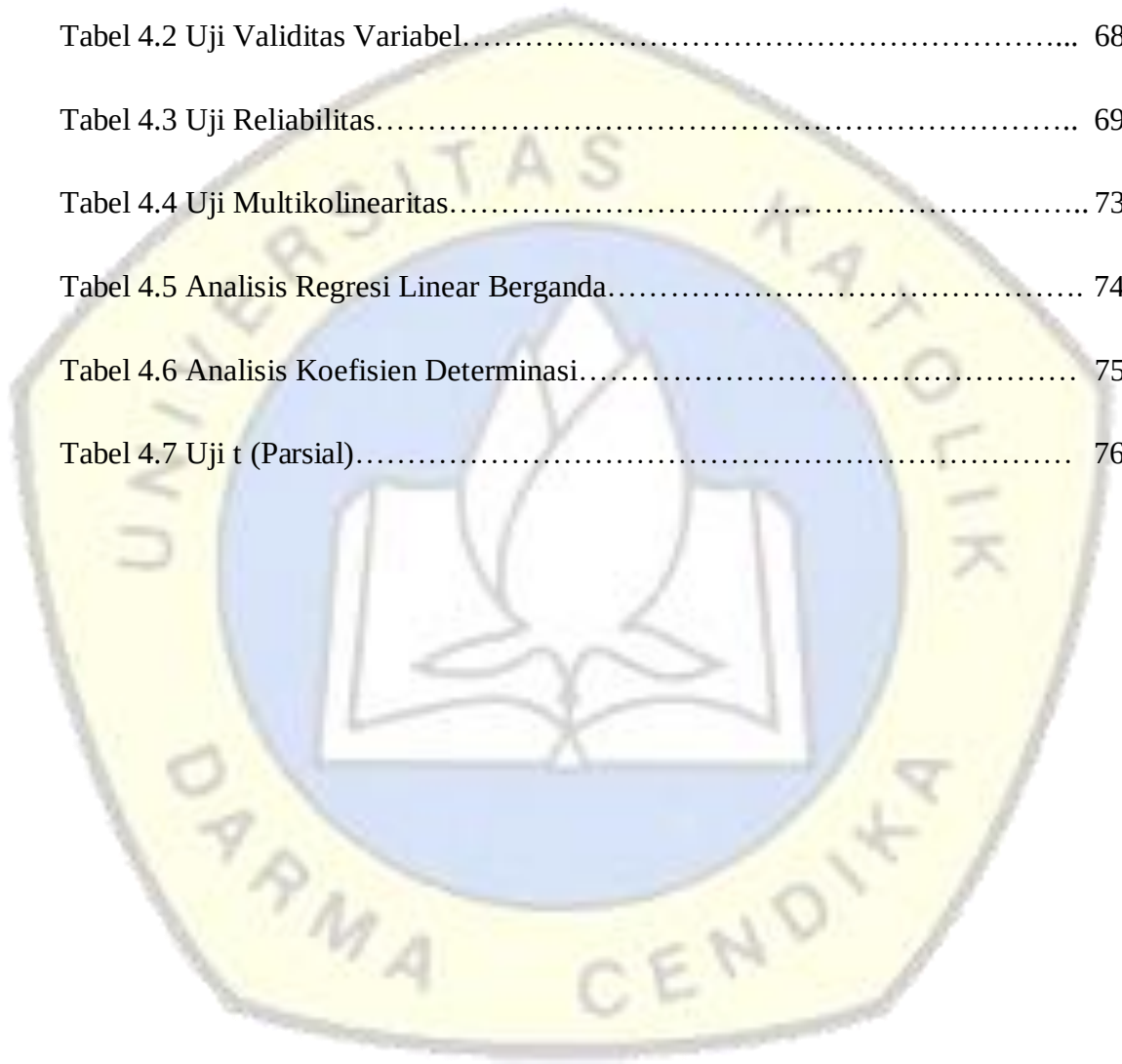
DAFTAR PUSTAKA.....

LAMPIRAN.....



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Restaurant di Surabaya tahun 2013-2016.....	3
Tabel 3.1 Skala Likert.....	52
Tabel 3.2 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai R.....	57
Tabel 4.1 Klasi Fikasi Responden.....	66
Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel.....	68
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas.....	69
Tabel 4.4 Uji Multikolinearitas.....	73
Tabel 4.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	74
Tabel 4.6 Analisis Koefisien Determinasi.....	75
Tabel 4.7 Uji t (Parsial).....	76



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Empat Komponen P dalam Bauran Pemasaran.....	11
Gambar 2.2 Siklus Kehidupan Produk.....	18
Gambar 2.3 Rerangka Pemikiran.....	42
Gambar 2.4 Rerangka Konseptual.....	43
Gambar 4.1 Struktur Organisasi <i>Jade Imperial Restaurant</i>	60
Gambar 4.2 Grafik Normal P-Plot Hasil Uji Normalitas.....	71
Gambar 4.3 Hasil Pengujian Gejala Heteroskedastisitas.....	72
Gambar 4.4 Hasil Pengujian Uji t (Produk).....	77
Gambar 4.5 Hasil Pengujian Uji t (Harga).....	77
Gambar 4.6 Hasil Pengujian Uji t (Promosi).....	78
Gambar 4.7 Hasil Pengujian Uji t (Lokasi).....	79
Gambar 4.8 Hasil Pengujian Uji t (Kualitas Pelayanan).....	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	
Lampiran 2 Klasifikasi Responden.....	
Lampiran 2 Hasil Kuesioner Tentang Produk.....	
Lampiran 2 Hasil Kuesioner Tentang Harga.....	
Lampiran 2 Hasil Kuesioner Tentang Promosi.....	
Lampiran 2 Hasil Kuesioner Tentang Lokasi.....	
Lampiran 2 Hasil Kuesioner Tentang Kualitas Pelayanan.....	
Lampiran 2 Hasil Kuesioner Tentang Kepuasan Konsumen.....	
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Variabel Produk.....	
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi.....	
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen.....	
Lampiran 3 Hasil Uji Regresi Berganda Variabel Produk.....	
Lampiran 3 Hasil Uji Regresi Berganda Variabel Harga.....	
Lampiran 3 Hasil Uji Regresi Berganda Variabel Promosi.....	

Lampiran 3 Hasil Uji Regresi Berganda Variabel Lokasi.....	
Lampiran 3 Hasil Uji Regresi Berganda Variabel Kualitas Pelayanan.....	
Lampiran 3 Hasil Uji Regresi Berganda Variabel Kepuasan Konsumen.....	
Lampiran 4 Hasil Uji Normalitas.....	
Lampiran 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	
Lampiran 4 Hasil Uji Multikolinearitas.....	
Lampiran 4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	
Lampiran 4 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	
Lampiran 4 Hasil Uji t (Parsial).....	
Lampiran Tabel – r	
Lampiran Tabel – t	



ABSTRAK

Oleh: Peter
Sandy A

Pada era globalisasi saat ini banyak perubahan dan kemajuan yang terjadi di dunia bisnis modern termasuk bisnis kuliner yang mulai berubah yang awalnya hanya menyediakan menu hidangan berupa makanan dan minuman untuk dijual berganti menjadi konsep modern yang menawarkan berbagai pelayanan. *Restaurant* yang awalnya sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan makan dan minum menjadi tempat untuk berkumpul, bersosialisasi, bertukar pikiran dan memperluas jaringan/relasi. Pengusaha *restaurant* sering kali menaruh perhatian kepada kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen dapat tercipta dengan cara memahami konsumen dari berbagai faktor. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh produk, harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di *Jade Imperial Restaurant* Surabaya. Jumlah responden yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 97 orang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai adjusted r square sebesar 0,424, berarti sumbangan variabel produk, harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 42,4%. Hipotesa pertama menyatakan bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di *Jade Imperial Restaurant*, berdasarkan hasil uji diketahui bahwa nilai $t_{hitung} = (0,013) < t_{tabel} = (1,986)$ dengan nilai signifikan $0,990 > 0,05$ maka produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hipotesa kedua menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di *Jade Imperial Restaurant*, berdasarkan hasil uji diketahui bahwa nilai $t_{hitung} = (0,020) < t_{tabel} = (1,986)$ dengan nilai signifikan $0,984 > 0,05$ maka harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hipotesa ketiga menyatakan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di *Jade Imperial Restaurant*, berdasarkan hasil uji diketahui bahwa nilai $t_{hitung} = (3,930) > t_{tabel} = (1,986)$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hipotesa keempat menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di *Jade Imperial Restaurant*, berdasarkan hasil uji diketahui bahwa nilai $t_{hitung} = (2,104) > t_{tabel} = (1,986)$ dengan nilai signifikan $0,038 < 0,05$ maka lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hipotesa kelima menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di *Jade Imperial Restaurant*, berdasarkan hasil uji diketahui bahwa nilai $t_{hitung} = (2,763) > t_{tabel} = (1,986)$ dengan nilai signifikan $0,007 < 0,05$ maka kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Maka *Jade Imperial Restaurant* harus memperhatikan promosi, lokasi dan kualitas pelayanan.

Kata kunci : *Produk, harga, promosi, lokasi, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.*

ABSTRACT

By:
Peter Sandy A

In this globalization era, many changes and advances occurring in the modern business world, including the culinary business that started to change that initially only provide a menu of dishes such as food and beverages for sale turned into a modern concept that offers a variety of services. Restaurant which was originally as a place to meet necessary eating and drinking become a place to gather, socialize, exchange ideas and expand the network / relationship. Employers restaurant often paid attention to customer satisfaction. Consumer satisfaction can be created by understanding customers from a variety of factors. The purpose of this study was to determine the effect of product, price, promotion, location and quality of service to customer satisfaction in Jade Imperial Restaurant Surabaya partially. The number of respondents who were taken in this study amounted to 97 people.

Research results show that the value of the adjusted r square of 0.424, meaning donations variable product, price, promotion, and the quality of service of consumer satisfaction variables of 42.4%. The first hypothesis States that the influential product significantly to consumer satisfaction in the Jade Imperial Restaurant on test results, note that the value $t_{hitung} = (0.013) < t_{tabel} = (1.986)$ with significant value of $0.990 > 0.05$ then products are not influential significantly to consumer satisfaction. The second hypothesis States that the price effect significantly to consumer satisfaction in the Jade Imperial Restaurant, based on the test results it is known that the value $t_{hitung} = (0.020) < t_{tabel} = (1.986)$ with significant nilia $0.984 > 0.05$ so prices do not influential significantly to consumer satisfaction. The third hypothesis stated that the promotional effect significantly to consumer satisfaction in the Jade Imperial Restaurant, based on the test results it is known that the value $t_{hitung} = (3.930) = t_{tabel} > (1.986)$ with significant value $0.000 < 0.05$ then promotions influential significantly to consumer satisfaction. The fourth hypothesis States that the location of the influential significantly to consumer satisfaction in the Jade Imperial Restaurant, based on the test results it is known that the value $t_{hitung} = (2.104) = t_{tabel} > (1.986)$ with significant value $0.038 < 0.05$ then location influential significantly to consumer satisfaction. The fifth hypothesis States that the quality of service effect significantly to consumer satisfaction in the Jade Imperial Restaurant, based on the test results it is known that the value $t_{hitung} = (2.763) = t_{tabel} > (1.986)$ with significant value of $0.007 < 0.05$ then quality of service effect significantly to consumer satisfaction. Then Jade Imperial Restaurant should pay attention to promotions, the location and quality of service.

Keywords: *product, price, promotion, location, quality of service and customer satisfaction.*

