

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN ATMOSFER  
TEMPAT TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KOBER MIE  
SETAN CABANG SEMOLOWARU SURABAYA**

**SKRIPSI**

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



Oleh:

**Richard Andreas Bungaran**  
**15110056**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA**

**SURABAYA**

**2018**



## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang di tulis oleh Richard Andreas Bungaran dengan NPM (15110056)

Telah diuji pada Selasa, 9 Juli 2019

Dinyatakan LULUS oleh :

Ketua Tim Penguji

V.Ratna Inggawati.,S.E.,M.M.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi,

Thyphoida W.S.P.,S.E.,M.M.

Ketua Program Studi,

Lilik Indrawati, S.E.,M.M.

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Richard Andreas Bungaran  
NPM : 15110056  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN  
ATMOSFER TEMPAT TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN KOBER MIE SETAN Cab  
SEMOLOWARU SURABAYA

Pembimbing,  
Tanggal, 1 Juli 2019



(Dr. Y. Budi Hermanto, M.M)

Mengetahui:  
Ketua Program Studi  
Tanggal, 1 Juli 2019



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

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul skripsi "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Atmosfer Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen Kober Mie Setan Cab Semolowaru Surabaya".

Telah Diuji Dan Dipertahankan Dihadapan  
Tim Penguji Skripsi  
Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika  
Program Studi Manajemen  
Pada Hari Senin, 5 Agustus 2019

Disusun oleh :

Nama : Richard Andreas Bungaran

NPM : 15110056

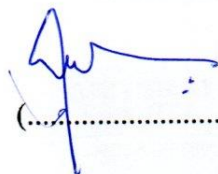
Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Pemasaran


Tim Penguji :

Nama

1. V. Ratna Inggawati, S.E., M.M.

  
(.....)

2. Thyophoida W.S.P., S.E., M.M

  
(.....)

3. Dr. Y. Budi Hermanto, M.M

  
(.....)

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Richard Andreas Bungaran  
Fakultas / Prodi : Ekonomi / Manajemen Pemasaran  
Alamat asli : JL Curug Cempaka no 59, Bekasi  
No Identitas KTP : 3275081464970016

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul: "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Atmosfer Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen Kober Mie Setan Cab Semolowaru 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 dipublikasikan 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 bahwa 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 Surabaya termasuk pencabutan gelar kesarjanaan.

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

Surabaya,

Hormat saya,



Richard Andreas Bungaran

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas berkat Kasih Karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN ATMOSFER TEMPAT TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KOBER MIE SETAN Cab SEMOLOWARU SURABAYA”** dengan tepat waktu.

Penelitian skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu prasyarat dalam menyusun skripsi yang menjadi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dari Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika di Surabaya.

Selama penyusunan skripsi ini, tentunya peneliti tidak luput dari banyak kendala. Kendala tersebut dapat diatasi peneliti berkat adanya bantuan, bimbingan, dukungan dan semangat dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Romo Dr. Y. Budi Hermanto, M.M. selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya serta selaku Dosen Pembimbing yang telah mengorbankan banyak waktu, tenaga serta pikiran dalam mendampingi dan membimbing peneliti, sehingga skripsi dapat selesai dengan baik.
2. Ibu Thyophoida W.S.P., S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
3. Ibu Lilik Indrawati, S.E.,M.M.. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika yang telah memberikan ilmu melalui perkuliahan yang sangat bermanfaat kepada peneliti.
5. Bapak Arif selaku General Manager Kober Mie Stan Cab Semolowaru Surabaya yang membantu mengenai data yang diperlukan peneliti dalam menyusun skripsi.





6. Mamak, Inang Tua, Amang Tua dan Keluarga yang selalu memberikan doa, dukungan, motivasi, semangat dan cinta kasih sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi.
7. Pomparan Op Tumiur dan seluruh saudara peneliti yang selalu memberikan doa, dukungan, motivasi, semangat dan cinta kasih sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi.
8. Adaptor dan seluruh teman *Junior High School* yang telah memberi semangat dan motivasi kepada penulis.
9. Abidin-abidin *Club* yang selalu menginspirasi dikala penulis sedang *stuck*.
10. Rempong grup yang senantiasa mengingatkan, memotivasi penulis dalam mengerjakan skripsi.
11. Warkop Kampus-D yang senantiasa menemani penulis dalam mengerjakan skripsi.
12. WRP yang senantiasa menemani dari awal hingga akhir proses pengerjaan skripsi penulis dan serta sebaagai *support system* dalam suka maupun duka.
13. Semua orang yang membantu dan senantiasa mendoakan peneliti yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang secara langsung maupun tidak langsung.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, baik untuk dunia akademis maupun praktis.

Surabaya,

Peneliti

## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>i</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1 Produk.....	7
2.1.1 Konsep Pemasaran.....	8
2.1.2 Pengertian Kualitas.....	8
2.1.3 Pengertian Produk.....	8
2.1.4 Manfaat dan Fungsi Produk.....	9
2.1.5 Pengertian Kualitas Produk .....	9
2.1.6 Dimensi Kualitas Produk.....	10
2.1.7 Tingkatan Kualitas Produk.....	12
2.2 Harga.....	13
2.2.1 Pengertian Harga .....	13
2.2.2 Tujuan Harga .....	14
2.2.3 Penyesuaian Harga .....	15
2.2.4 Strategi Penetapan Harga.....	18
2.3 Atmosfer Tempat .....	20
2.3.1 Pengertian Amosfer Tempat.....	20
2.3.2 Elemen yang Membentuk Atmosfer.....	20

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.





2.3.3 Penciptaan Atmosfer Tempat .....	21
2.4 Kepuasan Konsumen .....	23
2.4.1 Devinisi Kepuasan Konsumen.....	23
2.4.2 Dimensi Kepuasan Konsumen.....	24
2.4.3 Metode Mengukur Kepuasan Konsumen .....	26
2.5 Pengaruh Antar Variabel .....	27
2.5.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen .....	27
2.5.2 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen .....	27
2.5.3 Pengaruh Atmosfer Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen.....	28
2.6 Hasil Penelitian Terdahulu .....	28
2.6.1 Hasil Penelitian Terdahulu I.....	28
2.6.2 Hasil Penelitian Terdahulu II.....	29
2.6.3 Hasil Penelitian Terdahulu III .....	30
2.7 Hipotesis Penelitian .....	31
2.8 Rerangka Pemikiran.....	33
2.9 Rerangka Konseptual.....	34
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN.....</b>	<b>36</b>
3.1 Obyek Penelitian.....	36
3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data (Penelitian Kuantitatif) .....	37
3.2.1 Pendekatan Penelitian.....	37
3.2.2 Sumber Data .....	37
3.3 Variabel Penelitian.....	38
3.4 Definisi Operasional Variabel .....	38
3.4.1 Kualitas Produk (X1).....	39
3.4.2 Harga (X2) .....	39



3.4.3 Atmosfer Tempat .....	39
3.4.4 Kepuasan Konsumen .....	40
3.5 Populasi dan Sampel.....	40
3.5.1 Populasi .....	40
3.5.2 Sampel .....	41
3.6 Prosedur Pengumpulan Data.....	41
3.7 Teknik Analisis Data .....	42
3.7.1 Uji Validitas dan Reabilitas .....	42
3.7.2 Uji Asumsi Klasik .....	44
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
3.7.4 Analisis Koefisien Determinasi .....	46
3.7.5 Uji t.....	47
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>49</b>
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	49
4.1.1 Sejarah Rumah Makan Kober Mie Setan .....	49
4.1.2 Struktur Organisasi Kober Mie Setan.....	52
4.1.3 Struktur Organisasi Kober Mie Setan.....	53
4.1.4 <i>Job Description</i> .....	54
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	55
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	55
4.3 Pembahasan dan Analisa Data.....	57
4.3.1 Uji Instrumen Penelitian.....	57
4.3.2 Uji Asumsi Klasik .....	63
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	66
4.3.4 Uji Koefisien Determinasi .....	68



4.3.5 Uji t.....	69
4.3.6 Pembahasan .....	70
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>73</b>
5.1 Simpulan.....	73
5.2 Saran .....	74

## DAFTAR TABEL



Tabel 1.1 Tabel Usaha Bisnis Kuliner di Sepanjang JL Semolowaru Sepanjang 700m .....2

Tabel 1.2 Tabel Perbandingan Rumah Makan mie disekitar semolowaru .....3

Tabel 3.1 Skala Keandalan *Cronbach's alpha* .....42

Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Jenis Kelamin.....55

Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Usia .....56

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Untuk Semua Variabel.....57

Tabel 4.5 Tabel Uji Reliabilitas .....58

Tabel 4.5 Tabel Skala Likert.....58

Tabel 4.6 Analisis Konsumen Terhadap Kualitas Produk (X1) .....59

Tabel 4.7 Analisis Konsumen Terhadap Harga (X2).....60

Tabel 4.8 Analisis Konsumen Terhadap Atmosfer Tempat (X3).....61

Tabel 4.9 Analisis Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen (KK) .....62

Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolonieritas .....63

Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas Smirnov .....65

Tabel 4.12 Koefisien Regresi Linier Berganda.....66

Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien determinasi.....68

Tabel 4.14 Uji t .....69

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Model Sederhana Proses Pemasaran .....8

Gambar 2.2 Rerangka Pemikiran .....33

Gambar 2.3 Rerangka Konseptual .....34

Gambar 4.1 Variasi Menu yang Ada di Kober Mie Setan Semlowaru.....51

Gambar 4.2 Struktur Organisasi Kober Mie Setan .....52

Gambar 4.3 Struktur Organisasi Kober Mie Setan Cab Semolowaru .....53



Gambar 4.4 Scatterplot Uji Heterokedastisitas .....	64
Gambar 4.5 Kurva Uji t Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen.....	70
Gambar 4.6 Kurva Uji t Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen .....	71
Gambar 4.7 Kurva Uji t Atmosfer Tempat (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen .....	72

## ABSTRAK

Dalam usaha bisnis kuliner tentu saja diperlukan adanya keistimewaan dan keunikan yang diberikan kepada para konsumen agar dapat menarik minat pembelian mereka. Salah satunya Kober Mie Setan cabang Semolowaru Surabaya merupakan salah satu tempat kuliner di Surabaya yang memiliki keunikan dari rumah makan biasa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan atmosfer tempat terhadap kepuasan konsumen di Kober Mie Setan Cab Semolowaru Surabaya. Metode dalam pengambilan sampel adalah metode *purposive sampling* dengan menggunakan kuesioner kepada 75 responden yang merupakan pelanggan dari Kober Mie Setan Cab Semolowaru Surabaya dengan syarat (1) laki – laki atau perempuan; (2) usia 17 – 50 tahun; (3) melakukan pembelian minimal 1 (satu) kali. Penelitian ini diuji dengan menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik (Uji Multikolinieritas, Uji Heterokedastisitas dan Uji Normalitas), Uji Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinan dan Uji t. Pada Uji t didapatkan hasil penelitian variabel kualitas produk ( $X_1$ ) =  $t_{hitung} 33.686 > t_{tabel} 1,994$  dengan tingkat signifikan  $0 > 0,050$  yang artinya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kober Mie Setan Cab Semolowaru Surabaya, variabel harga ( $X_2$ ) =  $t_{hitung} -2.382 < t_{tabel} -1,994$  dengan tingkat signifikan  $0,020 < 0,05$  yang artinya harga berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan konsumen Kober Mie Setan Cabang Semolowaru Surabaya, variabel atmosfer tempat ( $X_3$ ) =  $t_{hitung} 2.388 > t_{tabel} 1,994$  dengan tingkat signifikan  $0,020 < 0,050$  yang artinya atmosfer tempat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Kober Mie Setan Cab Semolowaru Surabaya,. Peneliti mendapatkan kesimpulan bahwa kualitas produk, harga dan atmosfer tempat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Kober Mie Setan Cab Semolowaru Surabaya.

**Kata Kunci :** *kualitas produk, harga, atmosfer tempat, kepuasan konsumen.*



## ABSTRACT

In culinary business ventures, of course, the privilege and uniqueness that is given to consumers is needed to attract interest in their purchases. One of them is Kober Mie Setan, Semolowaru branch, Surabaya, which is one of the culinary places in Surabaya that is unique from ordinary restaurants. This study aims to determine the effect of product quality, price and atmosphere on consumer satisfaction at Kober Mie Setan Cab Semolowaru Surabaya. The method in sampling is purposive sampling method using a questionnaire to 75 respondents who are customers of Kober Mie Setan Cab Semolowaru Surabaya with the requirements (1) male or female; (2) ages 17-50 years; (3) make purchases at least 1 (one) time. This research was tested using Validity Test, Reliability Test, Classical Assumption Test (Multicollinearity Test, Heterocedasticity Test and Normality Test), Multiple Linear Regression Test, Determinant Coefficient and t Test. In the t test the results of the product quality variable ( $X_1$ ) = t count 33.686 > t table 1.994 with a significant level of  $0 > 0.050$  which means that product quality has a significant effect on customer satisfaction in Kober Mie Setan Cab Semolowaru Surabaya, price variable ( $X_2$ ) = t count -2.382 < t table -1,994 with a significant level of  $0.020 < 0.05$ , which means that the price has a significant negative effect on consumer satisfaction Kober Mie Setan Semolowaru Branch Surabaya, place atmospheric variable ( $X_3$ ) = t count 2.388 > t table 1.994 with a significant level  $0.020 < 0.050$  which means the atmosphere significant effect on customer satisfaction Kober Mie Setan Cab Semolowaru Surabaya . The researcher concluded that the quality of the product, price and atmosphere of the place had an effect on consumer satisfaction of Kober Mie Setan Cab Semolowaru Surabaya.

**Keywords:** *product quality, price, place atmosphere, customer satisfaction.*

