

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN,  
HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
DI RUMAH MAKAN SPESIAL SAMBAL SURAKARTA**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi  
dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta

**Disusun Oleh:**

**M. ADI NANDRA. TATAS**

**B 100110352**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2015**

## PENGESAHAN

Yang bertandatangan dibawah ini telah membaca Skripsi dengan judul:  
**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN,  
HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
DI RUMAH MAKAN SPESIAL SAMBAL SURAKARTA**

Yang ditulis oleh :

**M. ADINANDRA. TATAS**

**B 100110352**

Penandatanganan berpendapat bahwa usulan penelitian tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 10 Juli 2015


Pembimbing

(Drs. Wiyadi, MM, P.hD)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta



  
(Dr. Feryono, SE, M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph.: (0271) 717417 Eks.211  
Surakarta

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : M. ADINANDRA. TATAS  
NIRM : 10.6.106.02016.500.352  
Jurusan : MANAJEMEN  
Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK,  
KUALITAS LAYANAN, HARGA, DAN  
LOKASI TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN DI RUMAH MAKAN SPESIAL  
SAMBAL SURAKARTA

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 10 Juli 2015  
Yang Membuat Pernyataan,

M. ADINANDRA. TATAS

## **MOTTO**

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakan dengan sesungguhnya (urusan) yang lain dan hanya kepada TUHANmulah hendaknya kamu berharap.”

(Q.S. Al-Insyiroh : 6-8)

“Sesungguhnya ALLAH tidak menilai bentuk tubuh dan parasmu, tetapi yang dinilai adalah niat, tujuan, dan kemurnian yang tumbuh dari dalam lubuk hatimu.”

(H.R.Muslim)

“Bersabarlah, sesungguhnya Allah menyukai hamba yang penyabar, kami dapat merasakan kenikmatan dalam hidup ketika kami mampu bersabar.”

(Umar Bin Khattab)

“ENJOY THE JOURNEY AND BEING PROUND OF YOUR SELF.”

(Penulis)

## PERSEMBAHAN



Sebagai wujud rasa syukur kepada Allah SWT dan terima kasih atas rahmat-Nya yang telah diberikan. Akan aku persembahkan karya sederhana ini dengan tulus kepada:

1. Bapak dan Ibu yang selalu memberikan kasih sayang tidak ternilai, nasehat, dan untaian do'a yang tiada henti selalu mengiringi langkahku.
2. Adik-adikku yang selalu memberi keceriaan dan menyemangatiku.
3. Sahabat-sahabatku yang telah menemaniku selama inidan yang selalu mendukungku.
4. Almamaterku FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta.

## ABSTRAKSI

Tujuan dalam penelitian ini adalah menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Spesial Sambal Surakarta. Menganalisis pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Spesial Sambal Surakarta. Menganalisis pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Spesial Sambal Surakarta. Menganalisis pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di Spesial Sambal Surakarta.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli makanan di Spesial Sambal Surakarta sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji F (Uji Ketepatan Model) dan Uji t (Uji Hipotesis).

Berdasarkan hasil analisis data diketahui variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, artinya semakin tinggi persepsi konsumen terhadap kualitas produk, maka akan semakin kuat mendorong konsumen merasa puas. Variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, artinya semakin tinggi persepsi konsumen terhadap kualitas layanan, maka akan semakin kuat mendorong konsumen merasa puas. Variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, artinya semakin tinggi penilaian konsumen terhadap harga, maka akan semakin memperkuat kepuasan konsumen. Variabel lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, artinya semakin tinggi penilaian konsumen terhadap lokasi, maka akan semakin memperkuat kepuasan konsumen. Nilai  $R^2$  diperoleh sebesar 0,523. Hal ini berarti bahwa variasi perubahan variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk ( $X_1$ ), kualitas layanan ( $X_2$ ), harga ( $X_3$ ) dan lokasi ( $X_4$ ) sebesar 52,3%. Sedangkan sisanya sebesar 47,7% dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, Lokasi dan Kepuasan konsumen.

## ABSTRACT

The aim in this study was to analyze the influence of the Product Quality Customer Satisfaction in Special Sambal of Surakarta. Analyze the influence of Service Quality on Customer Satisfaction in Special Sambal of Surakarta. Analyze the influence of price on consumer satisfaction in Special Sambal of Surakarta. Analyze the effect of location on Customer Satisfaction in Special Sambal of Surakarta.

The population in this study are all consumers who buy food in Special Sambal of Surakarta while used as a sample of 100 respondents. The sampling technique used was purposive sampling. The analysis tool used is normality test, multicollinearity, heteroscedasticity test, test the coefficient of determination ( $R^2$ ), F test (Test Accuracy Model) and t test (Test of Hypothesis).

Based on the results of data analysis known variable product quality and significant positive effect on customer satisfaction, meaning that the higher the consumer's perception of the quality of the product, the more powerful push consumers feel satisfied. The variable quality of service and significant positive effect on customer satisfaction, meaning that the higher consumer perceptions of quality of service, the more powerful push consumers feel satisfied. Variable price affects customer satisfaction, meaning that the higher consumers' assessment of the price, it will further strengthen customer satisfaction. Variable location affects customer satisfaction, meaning that the higher consumer ratings of the location, it will further strengthen customer satisfaction. Rated  $R^2$  obtained at 0,523. This means that the variation of the variable changes in consumer satisfaction can be explained by the variable quality of the product (X1), quality of service (X2), price (X3) and location (X4) amounted to 52.3%. While the remaining 47.7% is explained by other variables outside the model.

Keywords: Quality Products, Quality Service, Price, Location and consumer satisfaction.

## KATA PENGANTAR



*Assalammu'alaikum .Wr. Wb.*

Dengan mengucapkan rasa puji syukur alhamdulillah kami panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, dan karunia-Nya serta tidak lupa pulasalam dan sholawat semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita semua umat Islam dari jaman kegelapan kejaman yang jauh lebih baik, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RUMAH MAKAN SPESIAL SAMBAL SURAKARTA.”**

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan strata-1 pada Fakultas Ekonomidan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga selesainya skripsi ini. Maka pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Setiaji. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Triyono, SE, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Dr. Anton Agus Setyawan, SE, M.Si. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Drs. Wiyadi, MM, P.hD. Selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan masukan, bimbingan, dan arahan kepada penulis dalam penyusunan Skripsi.



5. Bapak Prof. Dr. M.Wahyuddin. Selaku Pembimbing Akademik yang selama ini selalu memberikan arahan kepada penulis dalam menempuh perkuliahan.
6. Bapak Nur Ahmad, SE, Msi. Selaku Pembimbing Akademik yang selama ini selalu memberikan arahan kepada penulis dalam menempuh perkuliahan.
7. Bapak Basworo Dibyo, SE, Msi. Selaku Pembimbing Akademik yang selama ini selalu memberikan arahan kepada penulis dalam menempuh perkuliahan.
8. Bapak dan Ibu Dosen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
9. Para Staf dan karyawan tata usaha di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta atas pelayanan dan kemudahan administrasinya.
10. Bapakku Drs.Raswid Tatas Msi, Ibuku Dra.Ni Luh Ayu Saraswati (Alm) yang dengan tulus memberikan bimbingan, arahan, dorongan semangat, dan do`a restu selama ini serta atas semua yang telah diberikan kepada penulis selama ini.
11. Adik-adikku tercinta Rani Oktaviani Saraswati danTania Nira Saraswati yang selalu memberiku semangat selama ini.
12. Sahabatku seperjuangan Muhammad Arif Kurniawan, Ganang Bagus Anggoro, Ana Susanto, muhammmad iqbal yang selama ini selalu berjuang bersama-sama baik duka maupun sukadalam menyongsong kesuksesan.
13. Melina Lely Fernanda yang selalu memberikanku dukungan dan perhatian.
14. Teman-teman Pema KH. Masmansur yang selalu memberikan keceriaan dan motivasi luar biasa.
15. Teman-temanku semuanya, terimakasih atas kebersamaan kita selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah.
16. Teman-teman seperjuangan dalam penyusunan skripsi, terimakasih atas waktu, perhatian, saran, dan kritik.
17. Semua pihak yang telah membantu dan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna, namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan penulis selanjutnya. Masukan baik yang berupa kritik maupun saran yang bersifat membangun demi perbaikan skripsi ini sangat penulis harapkan.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Surakarta, 10 Juli 2014

Penulis



**M. ADINANDRA. TATAS**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAKSI .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Sistematika Penulisan .....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	12
A. Perilaku Konsumen .....	12
1. Pengertian Perilaku Konsumen .....	12
2. Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .	12
3. Tujuan Mempelajari Perilaku Konsumen.....	16
B. Kepuasan Konsumen .....	17
C. Kualitas Produk .....	22
D. Kualitas Layanan .....	24
E. Harga .....	26
F. Lokasi .....	29
G. Penelitian Terdahulu.....	31
H. Hipotesis .....	34

I. Kerangka Pemikiran .....	37
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
A. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel. ....	39
B. Data dan Sumber Data .....	41
C. Metode Pengumpulan Data .....	41
D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	42
E. Uji Instrumen Data .....	45
1. Uji Validitas.....	45
2. Uji Reliabilitas .....	46
F. Metode Analisis Data .....	47
1. Uji Multikorienalitas .....	47
2. Uji Normalitas .....	47
3. Uji Heterokedastisitas.....	48
4. Uji Analisis Linear Berganda .....	48
5. Uji Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ ).....	49
6. Uji F (Uji Ketepatan Model) .....	49
7. Uji T (Uji Hipotesis).....	51
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>54</b>
A. Deskripsi Responden .....	54
B. Analisis Data .....	57
1. Pengujian Instrumen Penelitian .....	57
2. Hasil Uji Reliabilitas .....	60
3. Uji Asumsi Klasik .....	61
4. Uji Hipotesis .....	63
C. Pembahasan .....	73
1. Kualitas Produk Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Spesial Sambal Surakarta.....	73
2. Kualitas Layanan berpengaruh positif Dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Spesial Sambal Surakarta.....	74

3. Harga Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Spesial Sambal Surakarta. ....	75
4. Lokasi Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Spesial Sambal Surakarta. ....	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	77
A. Kesimpulan.....	77
B. Keterbatasan Penelitian .....	78
C. Saran .....	78
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakteristik Responden Menurut Kelompok Umur .....	54
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir.....	56
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Menurut StatusPekerjaan Saat Ini.....	57
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1) .....	58
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X2) .....	58
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Harga(X3).....	59
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X4).....	59
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y) .....	59
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas .....	60
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinearitas.....	61
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas.....	62
Tabel 4.13	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	63
Tabel 4.14	Hasil Uji F.....	65
Tabel 4.15	Hasil uji t .....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Konsep Kepuasan Konsumen.....	20
Gambar 1.2	Kerangka Pemikiran .....	37