

**“ANALISIS PERBEDAAN KEPUASAN PELANGGAN DI RICHEESE
FACTORY HARAPAN INDAH BERDASARKAN PENGALAMAN
PELANGGAN, NILAI PELANGGAN DAN KUALITAS PRODUK”**

***“ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION DIFFERENCES IN
RICHEESE HARAPAN INDAH BASED ON CUSTOMER EXPERIENCE,
CUSTOMER VALUE AND PRODUCT QUALITY”***

**Untuk Memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program
Studi Manajemen Pada Universitas Darma Persada**

Disusun Oleh :

Syaifi Isna Hasanah

2016410179

SKRIPSI



PROGRAM SARJANA

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2020

LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Syaifi Isna Hasanah

NIM : 2016410179

Jurusan : Manajemen

Peminatan : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : “ANALISIS PERBEDAAN *CUSTOMER SATISFACTION* DI
RICHEESE FACTORY HARAPAN INDAH
BERDASARKAN *CUSTOMER EXPERIENCE*, *CUSTOMER*
*VALUE*DAN*PRODUCT QUALITY*”

Telah diperiksa, dan disetujui untuk dijadikan dan diujikan dalam sidang Ujian
Skripsi Sarjana tanggal 27 Juli 2020.

Jakarta, 27 Juli 2020

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Menyetujui,

Pembimbing

(Dian A. Rahim SE, MSi)

(Ellena Nurfazria H., SE, MM)

**“ANALISIS PERBEDAAN KEPUASAN PELANGGAN DI RICHEESE
FACTORY HARAPAN INDAH BERDASARKAN PENGALAMAN
PELANGGAN, NILAI PELANGGAN DAN KUALITAS PRODUK”**

***“ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION DIFFERENCES IN
RICHEESE HARAPAN INDAH BASED ON CUSTOMER EXPERIENCE,
CUSTOMER VALUE AND PRODUCT QUALITY”***

**Syaifi Isna Hasanah
2016410179
SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar sarjana
dalam ilmu ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma
Persada**

**Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal seperti tertera dibawah ini
Jakarta, 11 Agustus 2020, dengan Nilai B+**

Ellena Nurfazria H., SE.MM

Dosen Pembimbing

Dr. Firsan Nova

Penguji I

Resa Nurlaela Anwar, SE. MM

Penguji II

Ellena Nurfazriz H., SE. MM

Penguji III

Mu'man Nuryana, Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi

Dian Anggraeny, SE.MSI

Ketua Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Objek dalam penelitian ini adalah Richeese Factory Harapan Indah. Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui perbedaan yang signifikan kepuasan konsumen dengan membentuk model diskriminan. Kepuasan konsumen dibedakan menjadi dua kategori yaitu konsumen puas dan konsumen tidak puas. Variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah pengalaman pelanggan, nilai pelanggan dan kualitas produk. Metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan kuesioner kepada 100 responden yang pernah makan di Richeese Factory Harapan Indah. Teknik sampel menggunakan *purposive sampling* dan teknik analisis menggunakan diskriminan.

Hasil penelitian didapat bahwa variabel customer experience, customer value dan product quality mempengaruhi customer satisfaction pelanggan Richeese Factory Harapan Indah. Hal ini dibuktikan dengan hasil *test of equality of group means* mendapat nilai Sig, yang kurang dari 0,05. *Customer experience* ($0,023 < 0,05$), *customer value* ($0,023 < 0,05$) dan *product quality* ($0,000 < 0,05$). Hubungan antara *customer experience*, *customer value* dan *product quality* dikategorikan sangat kuat. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil Eigenvalues sebesar 0,611.

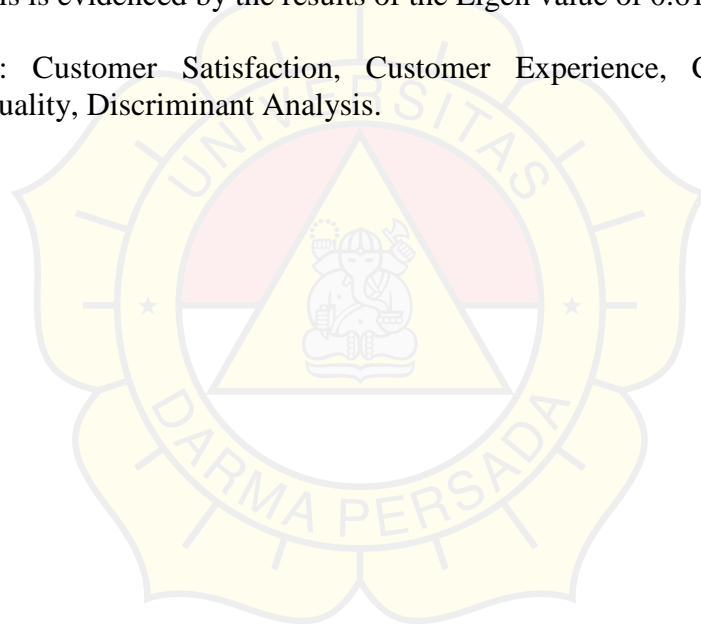
Kata kunci : *Customer Satisfaction, Customer Experience, Customer Value, Product Quality, Analisis Diskriminan.*

ABSTRACT

The object of this research is Harapan Indah Richeese Factory. This research was conducted with the aim to find out significant differences with consumers who make discriminant models. Consumer satisfaction is divided into two categories: satisfied consumers and unsatisfied consumers. Variables that increase customer satisfaction are customer value, customer value and product quality. The data collection method used was by giving questionnaires to 100 respondents who had eaten at the Harapan Indah Richeese Factory. The sampling technique uses purposive sampling and the analysis technique uses discriminant.

The results showed that the variables of customer experience, customer value and product quality affect customer satisfaction Richeese Factory Harapan Indah customers. This is evidenced by the results of the group equality test means that it got a Sig, which is less than 0.05. Customer experience (0.023 <0.05), customer value (0.023 <0.05) and product quality (0.000 <0.05). The relationship between customer experience, customer value and product quality is considered very strong. This is evidenced by the results of the Eigen value of 0.611.

Keywords: Customer Satisfaction, Customer Experience, Customer Value, Product Quality, Discriminant Analysis.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS PERBEDAAN CUSTOMER SATISFACTION DI RICHEESE FACTORY HARAPAN INDAH BERDASARKAN *CUSTOMER EXPERIENCE*, *CUSTOMER VALUE* DAN *PRODUCT QUALITY*”**.

Peneliti menyadari telah banyak mendapatkan bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ellena Nurfazria H., SE, MM selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Mu'man Nuryana, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Dian A. Rahim S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.
4. Resa Nurlaela Anwar, SE.MM. selaku Pembimbing Akademik.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi khususnya Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya selama masa pendidikan.
6. Kedua orang tua, Yayah dan Mama yang selalu memberikan semangat, motivasi, doa serta dukungan baik moril maupun materil, dan selalu menguatkan dalam mengiringi kelancaran serta keberhasilan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Keluarga Besar H.Basyar yang selalu memberikan dukungan dan doa sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi.
8. Untuk Adikku tersayang Sarah Azhizha yang selalu memberikan semangat dan motivasi, serta seluruh keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan semangat.
9. Orang terbaikku Syaftrijal yang mensupport dan dukungan serta doa.
10. Untuk Sahabatku Frozen yaitu Eriska Ayu, Andi Mesya Putri, Dhea Aulya yang selalu memberikan semangat dan menemani dari awal sampai akhir.
11. Untuk Sahabatku Dinita Putri, Yulita, Novia Maharani, Rikandi Vivarie, Anisa Azizah, Irfan Rusdiansyah, Azka Nabila, Vanny Liu, Eri Fatmawati, Fairisa, Aranxa yang selalu memberikan semangat dan menemani dari awal sampai akhir. Semoga tali silaturahmi kita tetap utuh selamanya.
12. Teman-teman seperjuangan, mahasiswa Manajemen Pemasaran angkatan 2016 yang turut mendukung dan menyemangati sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi.
13. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penelitian dan penyusunan skripsi yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Demikian laporan skripsi ini dibuat, semoga segala bentuk bantuan yang telah diberikan mendapat pahala yang setimpal dari Allah SWT dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan. Aamin

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah.....	12
1.2.1 Identifikasi Masalah	12
1.2.2 Pembatasan Masalah	12
1.2.3 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Pengertian Pemasaran	15
2.2 Manajemen Pemasaran	16
2.3 <i>Customer Satisfaction</i>	17
2.3.1 Faktor – Faktor Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i>	18
2.3.2 Komponen <i>Customer Satisfaction</i>	19
2.4 Restoran	20
2.5 <i>Customer Experience</i>	20
2.5.1 Dimensi <i>Customer Experience</i>	21

2.6 <i>Product Quality</i>	22
2.6.1 Dimensi <i>Product Quality</i>	23
2.7 <i>Customer Value</i>	25
2.8 Penelitian Terdahulu	28
2.9 Kerangka Pemikiran.....	43
2.10 Hipotesis	45

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode yang digunakan	46
3.2 Operasionalisasi Variabel	46
3.3 Sumber dan Cara Penentuan Data.....	53
3.3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	53
3.3.2 Jenis dan Sumber Data	53
3.3.3 Populasi dan Sampel.....	54
3.4 Teknik Sampling	57
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.6 Rancangan Analisis.....	60
3.6.1 Uji Keabsahan Data.....	60
3.6.2 Alat Analisis Data.....	62

BAB IV HASIL PENELITIAN, PEMBAHASAN DAN PEMECAHAN MASALAH

4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	66
4.1.1 Sejarah Richeese Factory	66
4.1.2 Visi dan Misi Richeese Factory	67
4.2 Karakteristik Responden.....	67
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	67
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	68
4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	68
4.2.4 Karakteristik Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	69
4.2.5 Karakteristik Berdasarkan Status Pekerjaan	69

4.2.6	Karakteristik Berdasarkan Seberapa Sering Pembelian dalam 5 bulan	70
4.2.7	Karakteristik Berdasarkan Alamat Tempat Tinggal	70
4.3	Uji Keabsahan Data	70
4.3.1	Uji Validitas	70
4.3.2	Uji Reliabilitas	72
4.4	Analisis Data	75
4.4.1	Analisis Diskriminan	75
4.4.2	Variabel yang Layak untuk Dianalisis	76
4.4.3	Menguji Variabel dari Setiap Variabel	77
4.4.4	Menguji Variabel Entered/Removed	78
4.4.5	Menguji Variabel yang Signifikan dalam Penelitian	80
4.4.6	Menguji Wilk's Lambda	80
4.4.7	Mengukur Keeratan Hubungan dalam Analisis Diskriminan	81
4.4.8	Hasil Uji Variabel Dominan	82
4.4.9	Menguji Tabel <i>Structure Matrix</i>	83
4.4.10	Menguji Fungsi Diskriminan	84
4.4.11	Menguji Ketepatan Model Diskriminan	86
4.5	Pemecahan Masalah	87

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	89
5.2	Saran	
	DAFTAR PUSTAKA	91

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Daftar Outlet Richeese Factory di Bekasi.....	5
Tabel 1.2 Daftar Keluhan Pelanggan Richeese Cabang Harapan Indah.....	7
Tabel 1.3 Daftar Review Keluhan Pelanggan Richeese Harapan Indah.....	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	47
Tabel 3.3 Skala Likert.....	58
Tabel 3.4 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	60
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	68
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	69
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	70
Tabel 4.6 Karakteristik Pembelian dalam 5 bulan	70
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat Tempat Tinggal.....	71
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Customer Experience	72
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Customer Value	73
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Product Quality	73
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	74
Tabel 4.12 Kesesuaian Data.....	75
Tabel 4.13 Pengelompokan Sampel.....	76
Tabel 4.14 <i>Test of Equality of Group Means</i>	77

Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Box's M</i>	78
Tabel 4.16 Variabel <i>Entered/Removed</i>	79
Tabel 4.17 <i>Variable in the Analysis</i>	80
Tabel 4.18 <i>Wilk's Lambda</i>	81
Tabel 4.19 Keeratan Hubungan Variabel.....	81
Tabel 4.20 <i>Standardized Canonical Discriminant Function Coefficients</i>	82
Tabel 4.21 <i>Structure Matrix</i>	83
Tabel 4.22 <i>Canonical Discriminant Function Coefficients</i>	84
Tabel 4.23 Fungsi Diskriminan Fisher.....	85
Tabel 4.24 Hasil Uji Ketepatan Model Diskriminan	86



DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	44
-------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	95
Lampiran 2 Data Responden.....	103
Lampiran 3 Tabulasi Data Variabel Customer Experience	111
Lampiran 4 Tabulasi Data Variabel Customer Value.....	114
Lampiran 5 Tabulasi Data Variabel Product Quality.....	117
Lampiran 6 Tabulasi Data Variabel Customer Satisfaction.....	120
Lampiran 7 Tabel r Hitung 1-50	123
Lampiran 8 Tabel r Hitung 51-100	124
Lampiran 9 Catatan Kegiatan Konsultasi	125
Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup.....	126

