

ABSTRAK

Pada zaman yang sudah berkembang ini industri kuliner bisa dibilang berperan penting bagi masyarakat karena kuliner merupakan suatu bagian kebutuhan pokok manusia yaitu bagian pangan. Perusahaan menggunakan beberapa aspek seperti citra merek, kualitas pelayanan, dan nilai pelanggan dalam bisnisnya agar dapat memertahankan kepuasan pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis apakah citra merek, kualitas pelayanan, dan nilai pelanggan berpengaruh pada kepuasan pelanggan Restoran Sate Maranggi Munir Cipanas Puncak. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kausal eksplanatori dengan metode kuantitatif. Sampel yang digunakan adalah orang yang sudah mengonsumsi Sate Maranggi di Restoran Sate Maranggi Munir Cipanas Puncak dalam 3 bulan terakhir. Pengujian dilakukan dengan teknik analisis linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh citra merek, kualitas layanan, dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan Restoran Sate Maranggi Munir Cipanas Puncak.

Kata kunci: citra merek, kualitas pelayanan, nilai pelanggan, kepuasan pelanggan.



ABSTRACT

In this developed era, the culinary industry can be said to play an important role for society because culinary is a part of basic human needs, namely food. The company uses several aspects such as brand image, service quality, and customer value in its business in order to maintain customer satisfaction. The purpose of this study was to test and analyze whether brand image, service quality, and customer value had an effect on customer satisfaction at Sate Maranggi Munir Restaurant, Cipanas Puncak. The type of research used in this research is causal explanatory with quantitative methods. The sample used is people who have consumed Sate Maranggi at Sate Maranggi Restaurant in Munir Cipanas Puncak in the last 3 months. The test is done by using multiple linear analysis technique. The results show that there is an influence of brand image, service quality, and customer value

Keyword: brand image, quality service, customer value, customer satisfaction



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL (Bahasa Indonesia).....	i
HALAMAN JUDUL (Bahasa Inggris)	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GRAFIK.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Kajian Pustaka.....	6
2.1.1 Citra Merek	6
2.1.2 Indikator untuk Mengukur Citra Merek	7
2.1.3 Kualitas Pelayanan	7
2.1.4 Dimensi Kualitas Pelayanan	8
2.1.5 Nilai Pelanggan	9
2.1.6 Indikator Nilai Pelanggan	9
2.1.7 Kepuasan Pelanggan	10
2.1.8 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	11
2.2 Riset Empiris.....	12
2.3 Rerangka Teori.....	14
2.4 Rerangka Pemikiran	17
2.5 Model Penelitian	18
2.6 Hipotesis.....	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Jenis Penelitian.....	21
3.2 Populasi dan Sampel	21
3.2.1 Populasi	21
3.2.2 Sampel.....	22
3.3 Teknik pengambilan Sampel.....	22
3.4 Definisi Operasional Variabel (DOV)	23
3.4.1 Variabel Bebas	24
3.4.2 Variabel Terikat	24
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.6 Uji Instrumen	27

3.6.1 Uji Validitas	27
3.6.1 Uji reliabilitas.....	28
3.7 Teknik Analisis Data.....	28
3.7.1 Analisis Deskriptif	29
3.7.2 Skala Pengukuran.....	29
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	30
3.8.1 Uji Normalitas.....	30
3.8.2 Uji Multikolinearitas	31
3.8.2 Uji Heteroskedastisitas.....	31
3.9 Uji Regresi Linear Berganda.....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Hasil Penelitian	33
4.1.1 Gambaran Umum Responden	33
4.1.2 Hasil Persepsi Responden per Variabel	34
4.1.3 Hasil Uji Instrumen.....	40
4.2 Pembahasan.....	44
4.2.1 Uji Asumsi Klasik.....	44
4.2.3 Regresi Linear Berganda.....	49
4.2.4 Koefisien Korelasi.....	50
4.2.5 Uji Koefisien Determinasi	51
4.2.6 Pengujian Hipotesis.....	51
4.3 Perbandingan dengan Hasil Riset Empiris.....	55
BAB V PENUTUP.....	57
5.1 Simpulan	57
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	57
5.3 Implikasi Penelitian.....	58
5.4 Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Rerangka Teori.....	14
Gambar 2 Rerangka Pemikiran	17
Gambar 3 Model Penelitian	18



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Riset Empiris.....	12
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel (DOV)	25
Tabel 3.2 Skor Jawaban Kuesioner.....	30
Tabel 4.1 Gambaran umum Responden.....	33
Tabel 4.2 Hasil Persepsi Responden Variabel Citra Merek.....	35
Tabel 4.3 Hasil Persepsi Responden Variabel Kualitas pelayanan.....	36
Tabel 4.4 Hasil Persepsi Responsen Variabel Nilai Pelanggan	38
Tabel 4.5 Hasil persepsi Responden Variabel Kepuasan Pelanggan ..	39
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	40
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas pelayanan	41
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Nilai Pelanggan	41
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan	41
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek.....	42
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan	43
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Nilai Pelanggan	43
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	44
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	46
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	49
Tabel 4.16 Koefisien Korelasi.....	50
Tabel 4.17 Uji Hipotesis	53
Tabel 4.18 Anova	53
Tabel 4.19 Perbandingan dengan Hasil Riset Empiris.....	55

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1 Uji Normalitas Histogram.....	45
Grafik 2 <i>Normal P. Plot Of Regression Standardized Residual</i>	46
Grafik 3 Uji Heteroskedastisitas <i>Scatterplot</i>	48



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN.....	66
LAMPIRAN B RIWAYAT HIDUP	71

