

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN NILAI PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

(Studi Kasus : Pizza Hut Surabaya)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen



Di ajukan Oleh :

**Mardiana
21420142**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

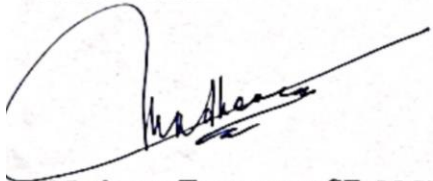
**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN NILAI PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Kasus : Pizza Hut Surabaya)**

Diajukan oleh :

**MARDIANA
NPM : 21420142**

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING


(Matheous Tamonsang, SE, M.Si)

Tanggal 31/12 '2024

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Andrianto Trimarjono, SE., M.M

Tanggal 2 Januari 2025

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN DENGAN NILAI PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi kasus : Pizza Hut Surabaya)

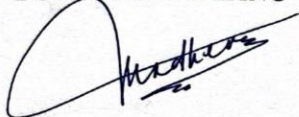
Dipersiapkan dan disusun oleh:

Mardiana

NPM : 21420142

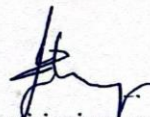
Susunan Dewan Penguji

DOSEN PEMBIMBING



Matheouse Tamonsang, SE, M.Si

Anggota Dewan Penguji Lain



**Dr. Santirianingrum
Soebandhi, SE., M.Com**



Dewi Nuraini, SE., MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal ...16 Januari 2025



**Dr. Adrianto Trimarjono, SE., M.M
Ketua Program Studi Manajemen**

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan di dalam naskah Skripsi tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diinjakan oleh diri saya sendiri atau orang lain untuk memperoleh gelar akademik, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain,kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah inti dan disebutkan dalam bagian utama Skripsi dan daftar pustaka.

Apablia ternyata di dalam naskah Skripsi dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiat,maka saya bersedia jika disertai digugurkan dan gelar akademik yang telah saya proleh (SARJANA MANAJEMEN) dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surabaya, 23 Mei 2021



Mardiana
21420142

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmatnya maka skripsi yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN NILAI PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Kasus : Pizza Hut Surabaya)” dapat saya selesaikan dengan baik. Penulis skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada S-1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, hal ini disebabkan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Dalam kesempatan ini, penulis menghaturkan banyak terima kasih kepada pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini. Terima kasih yang mendalam penulis persembahkan untuk :

1. Yang utama dan terutama penulis mengucapkan syukur kepada Allah SWT yang sudah memberikan kesempatan penulis untuk menempuh pendidikan di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Prof. Dr. dr. H. Widodo Ario Kentjono, sp.THT-KL(K),FICS, selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
3. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM, M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

4. Bapak Dr. Andrianto Trimarjono,SE.,MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
5. Bapak Matheous Tamonsang.,SE.,M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bantuan serta bimbingan selama skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
6. Ibu wiwik herwati.,SE.,M.M selaku dosen wali yang telah memberikan arahan selama studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
7. Ibu Husni Indrawati Wijaya Putri, SE., MM , Selaku Dosen Wali yang selama ini setia membimbing, mendukung, dan membantu penulis dalam perjalanan studinya di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
8. Seluruh Dosen Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
9. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu dan pengajaran selama studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
10. Kedua orang tua, Ayah tercinta, Ibu tercinta Fauziah yang memberikan dukungan moril dan material serta doa yang dipanjatkan kepada Allah SWT untuk penulis.
11. Semua sahabat dan pihak terkait lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang dengan caranya masing-masing sudah membantu dan mendukung penulis sampai akhir proses skripsi ini.

Semoga kebaikan semua pihak yang telah terlibat dalam perkuliahan dan perskripsian penulis dibalas oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi

penulis masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan semua pihak.

Surabaya, Desember 2024

Penulis

Mardiana

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN NILAI PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

(Studi Kasus : Pizza Hut Surabaya)

Oleh :

MARDIANA

Dnasution730@gmail.com

Matheous Tamonsang ,SE,M.Si

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menguji bagaimana Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Pelanggan produk Pizza Hut Kota Surabaya dan Nilai Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus restoran Pizza Hut Surabaya).

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang berkunjung ke restoran Pizza Hut . Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 110 responden dengan kriteria responden Perempuan dan laki-laki berusia minimal 17 tahun dan responden yang pernah berkunjung dan telah melakukan pembelian pada produk Pizza Hut minimal dua kali dalam kurun waktu 6 bulan terakhir. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling.

Analisis yang digunakan adalah analisis jalur (path analysis) yang diolah menggunakan IBM SPSS, hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa

Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Pelanggan dengan nilai signifikansi ($0,026 < 0,05$), Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Pelanggan dengan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$), *Brand Image* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Pelanggan dengan nilai

signifikansi sebesar ($0,180 > 0,05$). Kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai signifikansi ($0,405 > 0,05$), Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai signifikansi ($0,795 > 0,05$), *Brand Image* berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$), Nilai Pelanggan tidak berpengaruh langsung terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai signifikansi ($0,427 < 0,05$).

Nilai Pelanggan tidak dapat digunakan sebagai variabel mediasi yang menjelaskan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai signifikansi ($0,450 > 0,05$), Nilai Pelanggan tidak dapat digunakan sebagai variabel mediasi yang menjelaskan pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai signifikansi ($0,427 > 0,05$) dan Nilai Pelanggan tidak dapat digunakan sebagai variabel mediasi yang menjelaskan pengaruh *Brand Image* terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai signifikansi ($0,491 > 0,05$). Dapat disimpulkan bahwa nilai pelanggan tidak dapat memediasi kualitas produk, harga, dan *brand image* terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, *Brand Image*, Kepuasan Pelanggan dan Nilai Pelanggan

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND BRAND IMAGE ON CUSTOMER SATISFACTION USING CUSTOMER VALUE

MEDIATORS

(Case Study: Pizza Hut Surabaya)

By :

MARDIANA

Dnasution730@gmail.com

Matheous Tamonsang , SE, M.Si

This research was conducted to examine the influence of product quality, price and brand image on customer satisfaction for Pizza Hut products in Surabaya City and customer value as a mediating variable (case study of Pizza Hut Surabaya restaurant).

The population in this study were visitors who visited the Pizza Hut restaurant. The sample used in this research was 110 respondents with the criteria being female and male respondents aged at least 17 years and respondents who had visited and had purchased Pizza Hut products at least twice in the last 6 months. The sample collection technique uses non-probability sampling using purposive sampling, while data collection is carried out using a physical questionnaire.

The analysis used is path analysis which is processed using IBM SPSS. The results of this research can be concluded that product quality has no partial effect on customer satisfaction with a significance value ($0.405 > 0.05$), price has no partial effect on customer satisfaction. with a significance value ($0.795 > 0.05$), Brand Image has a partial effect on Customer Satisfaction with a significance value ($0.000 < 0.05$), Customer Value has no direct effect on Customer Satisfaction with a significance value ($0.427 < 0.05$). Product Quality has a partial effect on Customer Value with a significance value of ($0.026 < 0.05$), Price has a partial effect on Customer Value with a significance value of

(0.000 < 0.05), Brand Image has a partial effect on Customer Value with a significance value of (0.180 > 0.05) Customer Value cannot be used as a mediating variable that explains Product Quality on Customer Satisfaction with a significance value of (0.450 > 0.05), Customer Value cannot be used as a mediating variable that explains the effect of Price on Customer Satisfaction with a significance value of (0.427 > 0.05) and Customer Value cannot be used as a mediating variable that explains the influence of Brand Image on Customer Satisfaction with a significance value (0.491 > 0.05).

Keywords: Product Quality, Price, Brand Image, Customer Satisfaction and Customer Value

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi.....	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	10
2.1.2 Pengertian Kualitas Produk.....	10
2.1.3 Harga	11
2.1.4 Brand Image	13
2.1.5 Nilai Pelanggan	16
2.2 Penelitian Sebelumnya	18

2.3 Hipotesis dan Model Analisis	23
2.3.1 Model analisis.....	23
2.3.2 Hipotesis	24

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian	25
3.2 Populasi dan Sampel	26
3.2.1 Populasi	26
3.2.2 Sampel	26
3.3 Identifikasi Variabel	27
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel	28
3.4.1 Kualitas Produk	28
3.4.2 Harga	29
3.4.3 <i>Brand Image</i>	30
3.4.4 Kepuasan Pelanggan.....	31
3.4.5 Nilai Pelanggan	32
3.5 Jenis dan Sumber Data	32
3.5.1 Jenis Data.....	32
3.5.2 Sumber Data	33
3.6 Prosedur Pengumpulan Data	34
3.7 Teknik Analisis Data	36
3.7.1 Uji Instrumen.....	36
3.7.1.1 Uji Validitas.....	36
3.7.1.2 Uji Reliabilitas	37
3.7.2 Uji Hipotesis	37

3.7.2.1 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	37
3.7.2.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	40

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Perusahaan	41
4.1.1 Sejarah Singkat Pizza Hut	41
4.1.2 Produk Makanan Pizza Hut	43
4.1.3 Strategi Pemasaran Pizza Hut	43
4.2 Hasil Penelitian	48
4.2.1 Karakteristik Responden	48
4.2.1.1 Deskripsi Responden berdasarkan jenis Kelamin	49
4.2.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	49
4.2.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili	50
4.2.2 Analisa Deskriptif	51
4.2.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk	52
4.2.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga	53
4.2.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Image</i>	53
4.2.2.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelanggan	54
4.2.2.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Nilai Pelanggan	55
4.3 Analisis Data	56
4.3.1 Uji Instrumen	56
4.3.1.1 Uji Validitas	56
4.3.1.2 Uji Reliabilitas	58
4.3.2 Uji Hipotesis	59

4.3.2.1 Ouput Analisis 1 Jalur Regresi	59
4.3.2.2 Analisis Output Regresi Jalur 1	60
4.3.2.3 Analisis Ouput Korelasi Jalur 1	69
4.3.2.4 Output Analisis 2_2 JALUR.....	72
4.3.2.5 Analisis Output Regresi Jalur 2	74
4.3.2.6 Analisis Output Korelasi Jalur 2.....	85
4.3.2.7 Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak langsung variabel bebas dan variabel terikat	87

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	93
5.2 Saran	94
5.3 Keterbatasan Penelitian	95

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Skala Likert	35
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili.....	50
Tabel 4.4 Kategori Tanggapan Responden	52
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap Kualitas Produk (X_1).....	52
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap Harga (X_2).....	53
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap <i>Brand Image</i> (X_3)	54
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelanggan (Y).....	55
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap Nilai Pelanggan (Z).....	55
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	57
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 4.12 Uji Regresi Model I.....	59
Tabel 4.13 Uji Regresi Model II	62
Tabel 4.14 Tabel Koefisien Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, dan Pengaruh Total	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Analisis	34
Gambar 3.1 Model Analisis Dua Jalur.....	38
Gambar 4.1 Model Analisis Jalur 1.....	72
Gambar 4.2 Model Analisis Jalur 2.....	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	98
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	104
Lampiran 3 Hasil Uji Statistik Deskriptif	119
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	121
Lampiran 5 Hasil Uji Regresi Model I dan II	126