

**PENGARUH PERCEIVED SERVICE QUALITY DAN PERCEIVED  
VALUE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
(Studi Kasus Konsumen McDonald's Di Cabang GKB Gresik)**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Untuk Memenuhi Sebagian  
Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



**Disusun oleh :**

**ETHA PATRICIA**

**NPM : 19420039**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

**2022**

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

**Nama** : Etha Patrichia  
**NPM** : 19420039  
**Alamat** : Kecipik Rt. 06 Rw. 02 Boteng Menganti Gresik  
**Program Studi** : Manajemen  
**Fakultas** : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH PERCEIVED SERVICE QUALITY DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MCDONAL’S GKB GRESIK”** bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 31 Januari 2022

Yang membuat pernyataan

  
(ETHA PATRICHIA)

NPM : 19420039

**SKRIPSI**

**PENGARUH PERCEIVED SERVICE QUALITY DAN PERCEIVED  
VALUE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN MCDONALDS DI GRESIK)**

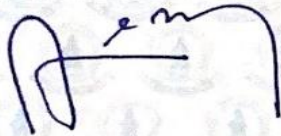
**Diajukan oleh :**

**ETHA PATRICIA**

**NPM : 19420039**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**

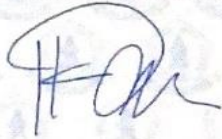
**DOSEN PEMBIMBING**



**Drs Ec. GIMANTO GUNAWAN, MM, M Ak**

**Tanggal, 29 Desember 2022**

**KETUA PROGRAM STUDI**



**Dr. KRISTININGSIH, S.E., M.Si.**

**Tanggal, 29 Desember 2022**

**SKRIPSI**  
**PENGARUH PERCEIVED SERVICE QUALITY DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP**  
**KEPUASAN KONSUMEN PADA MCDONALDS GKB GRESIK**

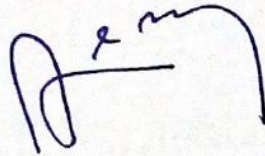
Dipersiapkan dan disusun oleh:

**ETHA PATRICIA**

NPM : 19420039

**Susunan Dewan Penguji**

Sekretaris Tim Penguji



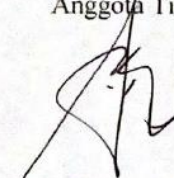
**Drs Ec. Gimanto Gunawan, MM, M.Ak**

Ketua Tim Penguji



**Dewi Nuraini, SE., M.SM**

Anggota Tim Penguji



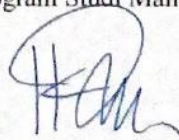
**Djojo Dihardjo, SE.MM.MAk**

Skripsi Ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Tanggal, 26 Januari 2023

Ketua Program Studi Manajemen



**Dr. Kristiningsih, SE., M.Si.**

## **KATA PENGANTAR**

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang alhamdulillah telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH PERCEIVED SERVICE QUALITY DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN”**. Dengan melalui proses dan pengalaman yang luar biasa tidak mudah, sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana (S1) jurusan Manajemen Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan sangat berterimakasih kepada :

1. Bapak Prof. DR. H Widodo Ario K. Sp., THT – KL, selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Serta sebagai Dosen Pembimbing yang telah memberikan pengarahan dalam penyelesaian skripsi.
3. Ibu Dr. Kristiningsih, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

4. Ibu Wiwik Herawati, M.M. selaku Dosen Wali yang telah banyak membantu saya memberikan arahan dan nasihat dari awal perkuliahan.
5. Kedua orang tua, Ayahanda Sucipto dan Ibunda Anis Setyowati yang selalu memberikan semangat serta doa dalam mengerjakan skripsi agar cepat selesai, dan mengajarkan untuk menomorsatukan pendidikan.
6. Keluarga besar, dari ayah maupun ibu, yang telah memberikan motivasi serta doa.
7. Teman-teman manajemen A angkatan 2019, khususnya Imallah, Andina, Eva, Mahilda dan Niken partner saya bertukar pikiran yang banyak memberikan pengalaman proses menyelesaikan skripsi.
8. Muhammad Zayyan Aziz, Thanks for taking the time to share your thoughts with me, give your full support, and always pray for me. And thank you very much for facilitating mobile phone

Demikian kata pengantar sebagai pembuka dari skripsi ini. Dalam skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan. Darimaka itu penulis menerima kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan penulisan. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi banyak pihak. Terimakasih.

Surabaya, Desember 2022

Penulis

( ETHA PATRICIA )

## DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SUSUNAN DEWAN PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi.....	9
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori .....	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	10
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.3 Pengertian Perceived Service Quality .....	12
2.1.4 Indikator Perceived Service Quality .....	13

2.1.5	Pengertian Perceived Value .....	13
2.1.6	Dimensi Perceived Value .....	14
2.1.7	Indikator Perceived Value .....	16
2.1.8	Pengertian Kepuasan Konsumen.....	16
2.1.9	Komponen Kepuasan Konsumen.....	17
2.1.10	Indikator Kepuasan Konsumen .....	17
2.1.11	Hubungan Variabel Perceived Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen .....	18
2.1.12	Hubungan Variabel Perceived Value Terhadap Kepuasan Konsumen.....	18
2.2	Penelitian Terdahulu .....	19
2.3	Hipotesis .....	20
2.3.1	Model Analisis .....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>22</b>
3.1	Pendekatan Penelitian.....	22
3.2	Populasi dan Sampel.....	22
3.2.1	Populasi .....	22
3.2.2	Sampel dan Teknik Sampling .....	23
3.3	Identifikasi Variabel .....	24
3.4	Definisi Operasional Variabel .....	24
3.4.1	Definisi Operasional Variabel Perceived Service Quality (X1).....	24
3.4.2	Definisi Operasional Variabel Perceived Value (X2) .....	26
3.4.3	Definisi Operasional Variabel Kepuasan Konsumen (Y) .....	27
3.5	Jenis dan Sumber Data.....	28



3.5.1	Jenis Data .....	28
3.5.2	Sumber Data.....	28
3.6	Prosedur Pengumpulan Data.....	29
3.7	Teknik Analisis.....	30
3.7.1	Uji Instrumen .....	30
3.7.2	Uji Model .....	31
3.7.3	Uji Hipotesis.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		33
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	33
4.1.1	Profil Singkat McDonalds .....	33
4.2	Hasil Penelitian.....	35
4.2.1	Berdasarkan Jenis Kelamin Responden .....	35
4.2.2	Berdasarkan Usia Responden.....	36
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian .....	36
4.3.1	Tanggapan Responden terhadap Variabel Perceived Service Quality (X1).....	37
4.3.2	Tanggapan Responden terhadap Variabel Perceived Value(X2)	39
4.3.3	Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y) .....	41
4.4	Analisis Data.....	43
4.4.1	Uji Validitas .....	43
4.4.2	Uji Reliabilitas.....	45
4.4.3	Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	46
4.4.4	Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	48

4.5 Uji t.....	48
4.6 Pembahasan .....	51
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>53</b>
5.1 Kesimpulan .....	53
5.2 Saran .....	53
5.3 Keterbatasan penelitian.....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>55</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>56</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	35
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	36
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden terhadap Variabel Perceived Service Quality	37
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden terhadap Variabel Perceived Value .....	39
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan Konsumen.....	41
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Perceived Service Quality .....	43
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas .....	45
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	46
Tabel 4. 9 Hasil Uji R <sup>2</sup> .....	48
Tabel 4. 10 Hasil Uji T.....	49

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner .....	56
LAMPIRAN 2 Tabulasi Data .....	62
LAMPIRAN 3 Uji Validitas dan Uji Realibilitas .....	71
LAMPIRAN 4 Uji Regresi Berganda, Uji Koefisien Determinasi Uji T .....	75
LAMPIRAN 5 t Tabel.....	76

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Analisis .....	21
Gambar 4. 1 Kurva Distribusi Uji t Variabel Perceived Service Quality.....	49
Gambar 4. 2 Kurva Distribusi Uji t Variabel Perceived Value.....	50

## ABSTRAK

Di jaman yang berkembang pesat saat ini sudah banyak restoran fastfood berkembang di Indonesia. Hal ini didukung oleh masyarakat yang menginginkan kepraktisan dan kenyamanan serta melakukan sesuatu dengan cepat dan mudah. Penelitian dengan judul “ Pengaruh Perceived Service Quality dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Konsumen McDonalds Cabang GKB Gresik”, memiliki rumusan masalah Apakah Perceived Service Quality berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen McDonalds di cabang GKB Gresik, Apakah Perceived Value berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen McDonalds di cabang GKB Gresik, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh perceived service quality terhadap kepuasan konsumen McDonalds di cabang GKB Gresik, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh perceived value terhadap kepuasan konsumen pada McDonalds di cabang GKB Gresik.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dimana penelitian ini menekankan pada pengujian hipotesis, data yang digunakan harus terukur. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, diperoleh kesimpulan bahwa, Perceived Service Quality berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, artinya semakin tinggi tingkat perceived service quality, maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen, Perceived Value berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, artinya semakin tinggi perceived value maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen McDonalds.

**Kata Kunci :** *Perceived Service Quality* dan *Perceived Value* Terhadap Kepuasan Konsumen.

## ABSTRACT

In this rapidly growing era, there are many fastfood restaurants developing in Indonesia. This is supported by people who want practicality and comfort and do things quickly and easily. Research with the title "The Influence of Perceived Service Quality and Perceived Value on Consumer Satisfaction at McDonalds Consumers in the GKB Gresik Branch", has the formulation of the problem. Does Perceived Service Quality have a significant effect on McDonalds customer satisfaction in the GKB Gresik branch? Does Perceived Value have a significant effect on McDonalds customer satisfaction in GKB Gresik branch? To find out how much influence perceived service quality has on McDonalds customer satisfaction at the GKB Gresik branch, to find out how much influence perceived value has on customer satisfaction at McDonalds at the GKB Gresik branch.

This study uses a quantitative method where this study emphasizes hypothesis testing. The data used must be measurable. Based on the research conducted, it is concluded that Perceived Service Quality has a significant effect on customer satisfaction, meaning that the higher the level of perceived service quality, the higher the customer satisfaction, Perceived Value has a significant effect on consumer satisfaction, meaning that the higher the perceived value, the higher it is McDonald's customer satisfaction.

**Keywords:** *Perceived Service Quality and Perceived Value in Consumer Satisfaction.*

