



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**ANALISIS PENGARUH *FOOD QUALITY*, *SERVICE QUALITY*  
DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP CUSTOMER  
*SATISFACTION* DAN *POSITIF WORD OF MOUTH* SERTA  
IMPLIKASINYA TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* :  
TELAAH PADA KONSUMEN BAKSO JAWIR RUKO  
FLOURITE GADING SERPONG**



**Skripsi**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi (S.E.)

**Paulus Ardyansah**

**10130110080**

**Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi**

**Universitas Multimedia Nusantara**

**Tangerang**

**2015**

## PENGESAHAN LAPORAN SKRIPSI

Analisis Pengaruh *Food Quality*, *Service Quality* dan *Perceived Value*  
Terhadap *Customer Satisfaction* dan *Positif Word of Mouth* Serta  
Implikasinya Terhadap *Repurchase Intention* : Telaah Pada Bakso

Jawir Ruko Flourite Gading Serpong

Oleh :

Nama : Paulus Ardyansah

NIM : 10130110080

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Tangerang, 6 Februari 2015

Ketua Sidang

Penguji

**Purnamaningsih, S.E., M.S.M.**

Dosen Pembimbing

**Airbah Tulus Makmud, S.T., M.B.A.**

Ketua Progran Studi

**Anna Riana Putriya, S.E., M.Si.**

**Anna Riana Putriya, S.E., M.Si.**

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Dengan ini saya,

Nama : Paulus Ardyansah

NIM : 10130110080

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa laporan skripsi dengan judul :

*Analisis Pengaruh Food Quality, Service Quality dan Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction dan Positif Word of Mouth Serta Implikasinya Terhadap Repurchase Intention* : Telaah Pada Bakso Jawir Ruko Flourite Gading Serpong

Merupakan karya saya sendiri dan tanpa melakukan plagiasi atau meniru gagasan atau pendapat dari pemikiran penulis lain baik itu dengan cara menyalin kalimat atau simbol. Semua kutipan karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sumbernya dalam daftar pustaka. Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal di atas dan terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti saya siap untuk menerima sanksi berupa pembatalan penerimaan gelar dan ijazah yang diberikan Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 6 Februari 2015

Paulus Ardyansah

## ABSTRAK

Di era globalisasi saat ini, semua orang berupaya untuk memanfaatkan semua sumber daya seperti modal, keirausahaan, sumber daya manusia dan juga kreativitas untuk dapat mengakses setiap informasi, berdagang maupun mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Kuliner adalah salah satu sektor dari 15 sektor industri kreatif yang berkontribusi pada Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Pertumbuhan jumlah penduduk akan mempengaruhi tingkat konsumsi di Indonesia terutama dalam industri kuliner. Industri kuliner terus bertumbuh melalui berbagai macam jenis usaha makanan salah satunya adalah Bakso Jawir. Ditengah persaingan usaha yang semakin kuat, menjadikan Bakso Jawir harus dapat beradaptasi agar mampu bersaing dengan para kompetitornya. Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti membahas faktor – faktor yang mempengaruhi *repurchase intention* dan tingkat *positif word of mouth* terhadap Kedai Bakso Jawir. Faktor tersebut adalah *Food Quality*, *Service Quality*, *Perceived Value* dan *Customer Satisfaction*.

Kata Kunci: *Food Quality*, *Service Quality*, *Perceived Value*, *Customer Satisfaction*, *Positif Word of Mouth*, *Repurchase Intention*, *Bakso Jawir*

## ABSTRACT

In the era of globalisaasi currently , people trying to make use of all resources as capital , entrepreneur , human resources and also creativity to access any information , trading or consume a product or service .Culinary is one sector of 15 creative industry sector that contributed to the Gross Domestic Product (GDP) Indonesia .Population growth will affect the level of consumption in Indonesia especially in culinary industries .Culinary industries continue growing through various types food business, one of them was 'Bakso Jawir' . An increasingly strong competition in business , making 'Bakso Jawir' must be able to adapt in order to compete with the competitors .Based on the descriptions , then the researcher discuss factors affected to repurchase intention and the level of positive word of mouth to Bakso Jawir. This factors are food quality , service quality , perceived value and customer satisfaction.

*Key Words: Food Quality, Service Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction, Positif Word of Mouth, Repurchase Intention, Bakso Jawir*

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama saya mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan karunia serta penyertaan Nya selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul Analisis Pengaruh *Food Quality, Service Quality* dan *Perceived Value* Terhadap *Customer Satisfaction* dan *Positif Word of Mouth* Serta Implikasinya Terhadap *Repurchase Intention* : Telaah Pada Bakso Jawir Ruko Flourite Gading Serpong. Tujuan dari penulisan laporan skripsi ini adalah sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1 jurusan Manajemen di Universitas Multimedia Nusantara. Pada Kesempatan ini, penulis juga ini mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang sudah membantu dalam penulisan laporan skripsi ini, yaitu :

1. Kedua orang tua penulis, Bapak Rudy Chandra dan Ibu Oey Soey Nio yang selalu memberikan doa dan dukungan baik secara moral maupun material.
2. Ibu Anna Riana Putriya, S.E.,M.Si. selaku dosen pembimbing dan ketua Program Studi Manajemen yang telah sabar membimbing dan memberikan arahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Semua tim dosen Universitas Multimedia Nusantara terutama dosen Program Studi Manajemen yang telah membagi ilmu dan pengalaman yang berharga kepada penulis selama perkuliahan.

4. Seluruh Tim Penguji, Bapak Airbah Tulus Makmud, S.T., M.B.A. , Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M. dan Ibu Anna Riana Putriya, S.E., M.Si. untuk saran dan masukannya.
5. Semua responden yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
6. Billy Budiman, Chandra Wijaya, Davin Chandra, Daniel, Charles, Kelvin Cendana, Kevin Hartanto, dan Iriana yang selama ini telah menjadi sahabat penulis selama perkuliahan di Universitas Multimedia Nusantara.
7. Rekan – rekan grup Quality Time yang selalu mendukung dan menemani selama berkuliah di Universitas Multimedia Nusantara
8. Semua teman-teman seperjuangan Manajemen 2010 yang tidak disebutkan satu per satu yang telah menjadi teman baik suka maupun duka dengan berbagai pengalaman yang sangat berarti bagi penulis.

Akhir kata, penulis berharap laporan ini bermanfaat bagi semua pihak yang membaca. Penulis juga meminta maaf apabila ada penulisan kata-kata yang salah pada laporan skripsi ini. Penulis menerima segala kritik dan saran yang membangun dan berharap dapat bermanfaat di masa yang akan datang.

Tangerang, 19 Januari 2015

Paulus Ardyansah



## DAFTAR ISI

PENGESAHAN LAPORAN SKRIPSI .....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Batasan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian .....	11
1.5.1 Manfaat Akademis .....	11
1.5.2 Manfaat Kontribusi Praktis .....	12
1.6 Sistematika Penelitian .....	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
2.1 Pemasaran .....	14
2.2 <i>Service Marketing</i> .....	15
2.3 <i>Service Quality</i> .....	16
2.4 <i>Food Quality</i> .....	18
2.5 <i>Perceived Value</i> .....	19
2.6 <i>Customer Satisfaction</i> .....	20
2.7 <i>Positive Word of Mouth</i> .....	21
2.8 <i>Repurchase Intention</i> .....	22
2.9 Pengembangan Hipotesis .....	23
2.9.1 Hubungan <i>Food Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	23
2.9.2 Hubungan <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	24
2.9.3 Hubungan <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	25
2.9.4 Hubungan <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	26
2.9.5 Hubungan <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Word of Mouth</i> .....	26

2.9.6	Hubungan <i>Word of Mouth</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	27
2.10	Penelitian Sebelumnya .....	27
2.11	Model Penelitian .....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....		33
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	33
3.2	Desain Penelitian.....	37
3.3	<i>Sampling Design Proses</i> .....	38
3.3.1	Target Populasi .....	39
3.3.1.1	<i>Sampling Unit</i> dan <i>Element</i> .....	40
3.3.1.2	<i>Extend</i> dan <i>Time Frame</i> .....	41
3.3.2	Teknik Pengambilan <i>Sample</i> .....	41
3.3.3	Ukuran Sampel ( <i>Sample Size</i> ).....	42
3.3.5	<i>Sampling Process</i> .....	43
3.3.5.1	Sumber Data.....	43
3.3.5.2	Prosedur Pengumpulan Data .....	43
3.3.5.3	Periode .....	43
3.4	Identifikasi Variabel Penelitian.....	44
3.4.1	Variabel Eksogen .....	44
3.4.2	Variabel Endogen.....	44
3.4.3	Variabel Teramati.....	45
3.5	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	45
3.6	Teknis Analisis.....	53
3.6.1	Uji Instrumen <i>Pre-test</i> .....	53
3.6.1.1	Uji Validitas .....	54
3.6.1.2	Uji Reliabilitas .....	55
3.7	Teknik Analisis Data.....	55
3.7.1	<i>Structural Equation Modeling</i> .....	55
3.7.2	Tahap dalam Prosedur SEM.....	56
3.7.2.1	Spesifikasi Model.....	57
3.7.2.1.1	Spesifikasi Model Pengukuran.....	57
3.7.2.1.2	Spesifikasi Model Struktural.....	58
3.7.2.1.3	Diagram Jalur ( <i>Path Diagram</i> ) .....	59
3.7.2.2	Identifikasi .....	59
3.7.2.2.1	<i>Under Identified</i> .....	59

3.7.2.2.2 <i>Just Identified</i> .....	60
3.7.2.2.3 <i>Over Identified</i> .....	60
3.7.2.3 Estimasi.....	60
3.7.2.4 Uji Kecocokan .....	61
3.7.2.4.1 Kecocokan Keseluruhan Model ( <i>Overall Model Fit</i> ) .....	61
3.7.2.4.2 Kecocokan Model Pengukuran .....	64
3.7.2.4.3 Kecocokan Model Struktural .....	66
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>67</b>
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian .....	67
4.1.1 Deskripsi Profil Responden.....	67
4.1.1.1 Profil Responden Berdasarkan Pernah Tidaknya Makan Bakso Jawir .....	67
4.1.1.2 Profil Responden Berdasarkan Waktu Terakhir Mengunjungi Kedai Bakso Jawir Ruko Flourite Gading Serpong .....	68
4.1.1.3 Profil Responden Berdasarkan Pesanan.....	69
4.1.1.4 Profil Responden Berdasarkan Waktu Terakhir Kunjungan.....	69
4.1.1.5 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	70
4.1.1.6 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	71
4.1.1.7 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	72
4.1.1.8 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	73
4.1.1.9 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	74
4.2 Analisa Deskriptif .....	75
4.2.1 <i>Food Quality</i> .....	75
4.2.2 <i>Service Quality</i> .....	76
4.2.2.1 <i>Tangible</i> .....	76
4.2.2.2 <i>Reability</i> .....	77
4.2.2.3 <i>Assurement</i> .....	78
4.2.2.4 <i>Responsiveness</i> .....	79
4.2.2.5 <i>Empathy</i> .....	79
4.2.3 <i>Perceived Value</i> .....	80
4.2.4 <i>Customer Satisfaction</i> .....	81
4.2.5 <i>Positif Word of Mouth</i> .....	82
4.2.6 <i>Repurchase Intention</i> .....	83
4.3 Uji Instrumen .....	84
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Pre-test</i> .....	84

4.3.2	Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Test</i> .....	87
4.4	Kecocokan Keseluruhan Model .....	90
4.4.1	Kecocokan <i>Absolute Measurement</i> Model.....	90
4.4.2	Kecocokan <i>Incremental Measurement</i> Model .....	91
4.4.3	Kecocokan <i>Parsimonious Measurement</i> Model .....	94
4.5	Analisis Model Struktural .....	95
4.6	Analisis Interpretasi Hipotesis Penelitian .....	99
4.6.1	Hasil Uji Pengaruh <i>Food Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	99
4.6.2	Hasil Uji Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	100
4.6.3	Hasil Uji Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	100
4.6.4	Hasil Uji Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	101
4.6.5	Hasil Uji Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Positive Word of Mouth</i> ..	102
4.6.6	Hasil Uji Pengaruh <i>Positive Word of Mouth</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> ...	102
4.7	Implikasi Manajerial .....	103
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		111
5.1	Kesimpulan .....	111
5.2	Saran.....	113
5.2.1	Saran Untuk Manajemen Bakso Jawir .....	113
5.2.2	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	115
DAFTAR PUSTAKA .....		117
LAMPIRAN.....		128

UMMN

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tabel Laju Pertumbuhan PDB Tahun 2010-2013.....	2
Gambar 1.2 Statistik Ekonomi Kreatif Subsektor Kuliner.....	3
Gambar 1.3 Foto Festival Kuliner Serpong.....	6
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	32
Gambar 3.1 Foto Kedai Bakso Jawir Ruko Florite.....	33
Gambar 3.2 Varian Menu Bakso Jawir.....	34
Gambar 3.3 Varian Menu Bakso Jawir.....	35
Gambar 3.4 Foto Porsi Bakso Spesial.....	36
Gambar 3.5 Motor <i>Delivery Order</i> Bakso Jawir .....	36
Gambar 3.6 <i>Basic Research Design</i> .....	37
Gambar 3.7 <i>The Sampling Design Process</i> .....	39
Gambar 3.8 <i>Defining The Target Population</i> .....	40
Gambar 3.9 <i>Sampling Technique</i> .....	41
Gambar 3.10 Variabel Eksogen.....	44
Gambar 3.11 Variabel Endogen.....	45
Gambar 3.12 Gambar Model Struktural.....	58
Gambar 3.13 <i>Path Diagram</i> .....	59
Gambar 4.2 Profil Responden Berdasarkan Waktu Terakhir Mengunjungi Kedai Bakso Jawir Ruko Florite Gading Serpong.....	68
Gambar 4.4 Profil Responden Berdasarkan Waktu Terakhir Mengunjungi Kedai Bakso Jawir.....	69
Gambar 4.5 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Gambar 4.6 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	71
Gambar 4.7 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	72
Gambar 4.8 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	73
Gambar 4.9 Profil Responden Berdasarkan Domisili .....	74

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya .....	28
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	46
Tabel 3.2 Uji Validitas.....	54
Tabel 3.3 Ukuran Kecocokan GOF <i>absolute</i> .....	62
Tabel 3.4 Ukuran Kecocokan GOF <i>incremental</i> .....	63
Tabel 3.5 Ukuran Kecocokan GOF <i>parsimonius</i> .....	64
Tabel 4.1 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Food Quality</i> .....	75
Tabel 4.2 Penilaian Responden Terhadap Dimensi <i>Tangible</i> dari Variabel <i>Service Quality</i> .....	76
Tabel 4.3 Penilaian Responden Terhadap Dimensi <i>Reability</i> dari Variabel <i>Service Quality</i> .....	77
Tabel 4.4 Penilaian Responden Terhadap Dimensi <i>Assurement</i> dari Variabel <i>Service Quality</i> .....	78
Tabel 4.5 Penilaian Responden Terhadap Dimensi <i>Responsiveness</i> dari Variabel <i>Service Quality</i> .....	79
Tabel 4.6 Penilaian Responden Terhadap Dimensi <i>Empathy</i> dari Variabel <i>Service Quality</i> .....	79
Tabel 4.7 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Perceive Value</i> .....	80
Tabel 4.8 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	81
Tabel 4.9 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Positif Word of Mouth</i> .....	82
Tabel 4.10 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Repurchase Intention</i> .....	83
Tabel 4.10 Hasil uji Validitas <i>Pre-test</i> .....	84
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas <i>Pre-test</i> .....	86
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas <i>test</i> .....	88
Tabel 4.13 Hasil Analisis Kecocokan <i>Absolute Measurement Model</i> .....	90

Tabel 4.14 Hasil Analisis Kecocokan <i>Incremental Measurement Model</i> .....	91
Tabel 4.15 Hasil Analisis Kecocokan <i>Parsimonious Measurement Model</i> .....	94
Tabel 4.16 Tabel <i>Regression Weights</i> .....	96
Tabel 4.17 Hasil Analisis Model Struktural.....	96

