

**ANALISIS PENGARUH CITRA, KUALITAS PERSEPSIAN, NILAI  
DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS  
KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN WARALABA  
DI YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen  
Universitas Muhammadiyah  
Yogyakarta



Oleh :

**ALVIN NURKHOLIS  
20020410480**


**FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2007**

**SKRIPSI**  
**ANALISIS PENGARUH CITRA, KUALITAS PERSEPSIAN, NILAI**  
**DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS**  
**KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN WARALABA**  
**DI YOGYAKARTA**

Diajukan oleh

**ALVIN NURKHOLIS**  
**20020410480**

Telah disetujui oleh :  
Dosen Pembimbing

  
Drs. Susanto, MS  
NIP : 130887249

Tanggal .....

**SKRIPSI**  
**ANALISIS PENGARUH CITRA, KUALITAS PERSEPSIAN, NILAI**  
**DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS**  
**KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN WARALABA**  
**DI YOGYAKARTA**

Diajukan oleh

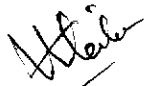
**ALVIN NURKHOLIS**  
**20020410480**

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan  
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Tanggal 28 Maret 2007

Yang terdiri dari



Indah Fatmawati, SE, M.Si  
Ketua Tim Penguji



Meika Kurnia PRD, SE, M.Si  
Anggota Tim Penguji



Isthofaina Astuti, SE, M.Si  
Anggota Tim Penguji

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Muband Anwar, SE, M.Si  
NIK : 143014

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

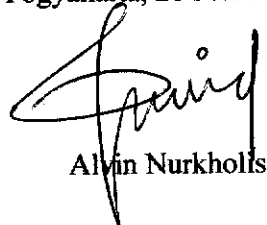
Nama : Alvin Nurkholis

Nomor Mahasiswa : 20020410480

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : **Analisis Pengaruh Citra, Kualitas Persepsian, Nilai dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen Pada Rumah Makan Waralaba Di Yogyakarta.**

Tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 28 Maret 2007



Alvin Nurkholis

## INTISARI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh citra, kualitas persepsian dan nilai terhadap loyalitas konsumen dan menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada rumah makan waralaba di Yogyakarta. Konsumen Pizza hut Jl. Jend. Sudirman, KFC Jl. Jend. Sudirman dan Mc. Donald Jl. Jend. Sudirman merupakan populasi penelitian, sedangkan sampel penelitian adalah orang yang pernah datang, membeli serta melakukan konsumsi produk dilokasi salah satu rumah makan waralaba dipilih dengan *convenience* dan *judgment sampling*. Tehnik pengumpulan data menggunakan tehnik kuesioner.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Citra, Kualitas persepsian dan Nilai rumah makan waralaba secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini membuktikan bahwa persepsi konsumen terhadap fasilitas, kebersihan, profesionalisme staff, kualitas produk, fungsi fasilitas, informasi, ketepatan waktu dan kemampuan perusahaan membantu melupakan sejenak kehidupan rutin konsumen merupakan indikator yang terbukti paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen yang terbentuk dari indikator kepuasan terhadap kinerja staff, penampilan staff, pelayanan staff, produk, tata ruang, fasilitas dan kepuasan terhadap keseluruhan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

**Kata Kunci** : *citra, kualitas persepsian, nilai, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen*

## ABSTRACT

This Research analysing the impact of image, perceived quality and value to the customer satisfaction and the impact of customer satisfaction to customer loyalty on the franchise restaurants in Yogyakarta.. The consumer of Pizza hut at Jl. Jend. Sudirman, KFC at Jl. Jend. Sudirman and Mc. Donald at Jl. Jend. Sudirman represent the research populations. The samples research selected with convenience and judgment sampling The restaurant customer which eating on the ocation are the sample of the research.

The finding of The Research indicate the franchise restaurants Image has the positive and significant impact to costumer satisfaction, perceived Quality has the positive and significant impact to costumer satisfaction and value has the positive and significant impact to costumer satisfaction. The research finding that consumers perception about facility, hygiene, professionalism of staff, product quality, function of facility, information, accuracy of time and perception of restaurants benefits are first effect of the costumer satisfaction. Costumer satisfactions indicator as performance staff, appearance staff, service staff, product, place, facility and satisfactions of all has the positive and significant impact to customer loyalty

**Keyword** : *image, perceived quality, value, customer satisfaction, customer loyalty*

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Puji syukur kepada Allah SWT yang selalu memberikan limpahan rahmat dan karunia kepada kita sekalian. Hanya karena ridho Allah pula penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ” Analisis Pengaruh Citra, Kualitas Persepsian, Nilai dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen Pada Rumah Makan Waralaba di Yogyakarta”.

Skripsi ini di tulis dalam upaya melengkapi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis berharap berharap skripsi ini dapat memberi sumbangsih bagi pihak-pihak yang berkepentingan, khususnya para pembaca yang familiar dengan topik yang penulis angkat yaitu loyalitas konsumen.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapat bimbingan, dan dorongan semangat dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Susanto, MS selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak mencurahkan tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan, saran-saran, dan berbagai kemudahan yang bermanfaat bagi penyusunan skripsi ini.

2. Ibu Siti Dyah Handayani selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan dorongan dan semangat kepada penulis dalam penyelesaian skripsi.
3. Ibu Fajarwati (dosen METOPEN) dan Ibu Indah Fatmawati (dosen Seminar Pemasaran), terimakasih telah memberikan studi dasar penelitian sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi.
4. Seluruh staf pengajar FE UMY yang telah mendidik dengan ilmu pengetahuan, baik langsung atau tidak langsung sehingga penulis dapat menyelesaikan kuliah dan penulisan skripsi ini
5. Ayah dan Bunda tercinta, terima kasih atas kepercayaan, motivasi dan kasih sayang selama ini.
6. Saudara-saudara terdekatku, Mas Arif, Mbak Nung, Dek Aziz, Mbak Ike.
7. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam setiap tahap proses penyelesaian skripsi ini.

Terakhir, *No Bodies Perfect, Cause i`m not a God*, penulis sadar bahwa kesempurnaan hanya milik Allah SWT, masih banyak kekurangan dalam skripsi ini, sehingga kritik dan saran sangat penulis harapkan.

*Wassalamualaiikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, Maret 2007

Penulis



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
INTISARI .....	vii
ABSTRACT .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Batasan Masalah Penelitian .....	4
C. Rumusan Masalah Penelitian .....	5
D. Tujuan Penelitian .....	5
E. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori .....	6
1. Perilaku konsumen .....	6
2. Citra .....	9
3. Kualitas Persepsian .....	10
4. Nilai .....	10
5. Kepuasan Konsumen .....	11
6. Loyalitas Konsumen .....	12
B. Hasil Penelitian Terdahulu .....	13
C. Hipotesis .....	15
D. Model Penelitian .....	17

### BAB III METODA PENELITIAN

A. Obyek dan Subyek Penelitian .....	19
B. Jenis Data .....	19
C. Teknik Pengambilan Sampel .....	19
D. Tehnik Pengumpulan Data.....	20
E. Defenisi Operasional Variabel Penelitian.....	21
1. Defenisi Variabel.....	21
2. Alat Ukur Variabel .....	22
F. Uji Kualitas Instrumen Penelitian .....	23
1. Uji Validitas .....	23
2. Uji Reliabilitas.....	24
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data .....	24

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek dan Subyek Penelitian.....	30
1. Populasi Penelitian .....	30
2. Gambaran Responden Penelitian.....	30
B. Uji Kualitas Instrumen Penelitian .....	33
1. Uji Validitas .....	33
a. Citra .....	34
b. Koalitas Persepsian .....	36
c. Nilai .....	38
d. Kepuasan Konsumen .....	39
e. Loyalitas Konsumen .....	41
2. Uji Reliabilitas.....	43
a. Citra .....	44
b. Kualitas Persepsian .....	44
c. Nilai .....	44
d. Kepuasan Konsumen .....	44
e. Loyalitas Konsumen .....	44
C. Uji Hipotesis .....	45

1. Uji Pengaruh Citra terhadap Kepuasan Konsumen .....	45
2. Uji Pengaruh Kualitas Persepsian terhadap Kepuasan Konsumen .....	46
3. Uji Pengaruh Nilai terhadap Kepuasan Konsumen .....	47
4. Uji Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen .....	48
D. Pembahasan.....	49

## BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN

A. Simpulan .....	54
B. Saran .....	56
C. Keterbatasan Penelitian .....	57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

TABEL 3.1	Konstrak, Indikator dan Sumber .....	22
TABEL 3.2	Pengukuran Skala Likert.....	23
TABEL 3.3	Hipotesis dan Hubungan Variabel.....	26
TABEL4.1	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	30
TABEL 4.2	Data Responden Berdasarkan Usia .....	31
TABEL 4.3	Data Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	32
TABEL 4.4	Uji Validitas Variabel Citra .....	34
TABEL 4.5	Uji Validitas Variabel Kualitas Persepsian.....	38
TABEL 4.6	Uji Validitas Variabel Nilai .....	39
TABEL 4.7	Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen .....	41
TABEL 4.8	Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen .....	47
TABEL 4.9	Hasil Uji Reliabilitas .....	43
TABEL 4.10	Output Regresi Linear Sederhana, Uji Pengaruh Citra terhadap Kepuasan Konsumen.....	45
TABEL 4.11	Output Regresi Linear Sederhana, Uji Pengaruh Kualitas Persepsian terhadap Kepuasan Konsumen .....	45
TABEL 4.12	Output Regresi Linear Sederhana, Uji Pengaruh Nilai terhadap Kepuasan Konsumen.....	47
TABEL 4.13	Output Regresi Linear Sederhana, Uji Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen .....	48
TABEL 4.14	Hasil Uji Hipotesis .....	49

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1	Model Hubungan Antara Citra, Kualitas Persepsian, Nilai dan Kepuasan Konsumen dengan Loyalitas Konsumen...	17
GAMBAR 2.2	Model Hubungan Antara Citra, Kualitas Persepsian, Nilai dan Kepuasan Konsumen dengan Loyalitas Konsumen setelah modifikasi.....	18