



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DAN LOYALITAS KONSUMEN
PADA RESTORAN CG**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program S1
Bidang Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Widya Kartika**

OLEH :

**Rhonaldo Harianto
11118055**

PEMBIMBING

**Dr. Muis Murtadho, S.E, M.M.
111/12.78/10.10/968**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA**

**SURABAYA
2025**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, kasih, dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul:

“Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen pada Restoran CG”

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widya Kartika Surabaya.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, atas kasih dan penyertaan-Nya dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini.
2. Dr. [Nama Rektor Terbaru], S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Widya Kartika Surabaya.
3. [Nama WR I], S.E., M.M., selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik.
4. [Nama WR II], S.E., M.M., selaku Wakil Rektor II Bidang Non Akademik & Kemahasiswaan.
5. Arief Budiman, B.S., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widya Kartika Surabaya.
6. Dr. Erna Ferrinadewi Kusnarsiyah, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen.
7. Dr. Muis Murtadho, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I, yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, nasihat, serta bimbingan yang sabar dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widya Kartika Surabaya yang telah memberikan ilmu dan pengalaman berharga selama masa studi.
9. Kedua orang tua tercinta, Papa Saliman (Saliman Harianto) dan Mama Margaretha Tantrilaniwati, yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat, dan kasih tanpa batas.
10. Saudara-saudara penulis, Leonardo dan Fernando, yang selalu memberi dukungan moral dan motivasi.
11. Sahabat-sahabat seperjuangan, serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu dan memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, sehingga penulis dengan rendah hati membuka diri terhadap kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan karya ilmiah ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis sendiri, pihak universitas, serta pembaca pada umumnya.

Surabaya, 22 September 2025

Penulis,



Rhonaldo Harianto

UWIKA

ABSTRAK

Rhonaldo Harianto
Universitas Widya Kartika Surabaya
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen

Judul: Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen pada Restoran CG

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen serta dampaknya pada loyalitas konsumen Restoran CG. Latar belakang penelitian ini adalah semakin ketatnya persaingan di industri restoran, khususnya di Surabaya, yang menuntut perusahaan untuk tidak hanya menawarkan kualitas produk yang baik, tetapi juga layanan yang mampu menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif, dengan sampel sebanyak 100 responden yang merupakan konsumen Restoran CG, menggunakan purposive sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, sedangkan analisis data menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan SmartPLS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa:

Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan maupun loyalitas konsumen.

Kepuasan konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kepuasan konsumen menjadi variabel mediasi yang memperkuat hubungan antara kualitas produk dan loyalitas.

Kesimpulannya, kualitas produk dan kepuasan konsumen menjadi faktor utama dalam membangun loyalitas pada Restoran CG, sementara kualitas layanan perlu ditingkatkan agar dapat memberikan kontribusi nyata pada kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

Rhonaldo Harianto
Widya Kartika University Surabaya

Faculty of Economics and Business, Management Study Program

Title: The Influence of Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction and Customer Loyalty at CG Restaurant

This research aims to determine the influence of product quality and service quality on customer satisfaction and their impact on customer loyalty at CG Restaurant. The background of this study is the increasing competition in the restaurant industry, particularly in Surabaya, which requires businesses not only to provide good product quality but also to deliver services that create positive customer experiences.

The research method used is quantitative descriptive, with a sample of 100 respondents who are customers of CG Restaurant, selected using purposive sampling. Data collection was conducted through questionnaires, and the data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with SmartPLS.

The results of the study indicate that:

Product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction.

Service quality does not have a significant effect on customer satisfaction or customer loyalty.

Customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty.

Customer satisfaction acts as a mediating variable that strengthens the relationship between product quality and customer loyalty

In conclusion, product quality and customer satisfaction are the key factors in building customer loyalty at CG Restaurant, while service quality still needs to be improved in order to make a significant contribution to satisfaction and loyalty.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	v
Abstrak.....	vii
Abstract	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.1.2 Made Tiya Yogi Suari.....	6
4.1.1 Kharisma Nawang Sigit dan Euis Soliha	6
4.1.2 Wandy Zulkarnaen dan Neneng Nurbaeti Amin	7
4.1.3 Iis Sofiati, Nurul Qomariah, dan Haris Hermawan	7
4.2 Landasan Teori	8
4.2.1 Pengertian Kualitas Produk	8
4.2.2 Hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan	10
4.2.3 Hubungan Kualitas Produk dengan Loyalitas & Brand.....	11
4.2.4 Pengertian Kualitas Layanan	13
4.2.5 Pengertian Kepuasan Konsumen	15
4.2.6 Pengukuran Kualitas Layanan	19

4.2.7 Hubungan Kualitas Layanan dengan Kepuasan	21
4.2.8 Pengertian Loyalitas	23
4.2.9 Hubungan Kualitas Layanan dengan Loyalitas	25
4.3 Hipotesis	28
4.4 Kerangka Penelitian	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian.....	30
3.2 Populasi dan Sampel	30
3.2.1 Populasi	30
3.2.2 Sampel	30
3.3 Identifikasi Variabel	30
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	32
3.4.1 Sumber Data	32
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	33
3.5 Definisi Operasional dan Indikator Penelitian	34
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	36
3.6.1 Uji Validitas	36
3.6.2 Uji Reliabilitas	36
3.7 Uji Asumsi	36
3.7.1 Uji Normalitas Data	37
3.7.2 Uji Multikolinearitas Data	37
3.7.3 Uji Heterokedastisitas Data	37
3.7.4 Uji Autokorelasi Data	38

3.8 Uji Hipotesis	38
3.8.1 Uji Parsial (Uji t)	38
3.8.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	39
3.8.3 Uji Koefisien Regresi Linier Berganda	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Profil Responden Penelitian.....	40
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	42
4.2.2 Deskripsi Variabel Kualitas Layanan (X2).....	44
4.2.3 Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen (Z).....	45
4.2.4 Deskripsi Variabel Loyalitas Konsumen (Y).....	47
4.3 Hasil Penelitian.....	47
4.3.1 Uji Model Pengukuran	49
4.3.1.1 Uji Validitas Outer Loading	49
4.3.1.2 Uji Validitas <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	53
4.3.1.3 Uji Validitas <i>Fornell-Lacker</i>	53
4.3.1.4 Uji Validitas <i>Cross Loading</i>	54
4.3.1.5 Uji Reliabilitas.....	55
4.3.2 Uji Model Struktural	56
4.3.2.1 Uji <i>Coefficients of Determination</i> (R^2).....	56
4.3.2.2 Uji <i>Effect Size</i> (f^2).....	57
4.3.2.3 Uji <i>Path Coefficient</i>	58
4.4 Pembahasan Penelitian.....	60
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen	60
4.4.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen	61

4.4.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	62
4.4.4 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen	64
4.4.5 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	71



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu	7
Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Indikator Penelitian.....	34
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	41
Tabel 4. 4 Frekuensi Kualitas Produk.....	42
Tabel 4. 5 Frekuensi Kualitas Layanan.....	44
Tabel 4. 6 Frekuensi Kepuasan Konsumen.....	45
Tabel 4. 7 Frekuensi Loyalitas Konsumen.....	47
Tabel 4. 8 Outer Loading.....	52
Tabel 4. 9 Nilai AVE.....	53
Tabel 4. 10 Nilai <i>Fornell Lacker</i>	53
Tabel 4. 11 Nilai <i>Cross Loading</i>	54
Tabel 4. 12 Nilai Reliabilitas.....	55
Tabel 4. 13 Nilai <i>R-Square</i>	56
Tabel 4. 14 Nilai <i>F-Square</i>	57
Tabel 4. 15 Nilai <i>Path Coefficient</i>	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Model Struktural Awal.....	49
Gambar 4. 2 Uji Validitas Outer Loading Pertama.....	50
Gambar 4. 3 Uji Validitas Outer Loading Kedua.....	51
Gambar 4. 4 Uji Validitas Outer Loading Ketiga.....	51
Gambar 4. 5 Uji Hipotesis <i>Bootstrapping</i>	58

