



**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN  
KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL MODERATOR  
TERHADAP NIAT PERILAKU KONSUMEN PADA  
RESTORAN PIZZA HUT PADANG**

**SKRIPSI**

*Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai  
Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen*

**Oleh:**

**RICHE SAFITRIA**

**04 152 059**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2009**



No. Alumni Universitas:

RICHE SAFITRIA

No. Alumni Fakultas:

a) Tempat/tanggal lahir : Aceh Timur / 19 Juni 1985 b) Nama Orang Tua : Juneldi Thaher dan Wenny Suhastri c) Fakultas : Ekonomi d) Jurusan : Manajemen e) NO.BP : 04 152 059 f) Tanggal Lulus : 4 Maret 2009 g) Predikat Lulus : Sangat Memuaskan h) IPK : 3,06 i) Lama Studi : 4 tahun 6 bulan j) Alamat Orang Tua : Aspol Alai Blok PA II / 5

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL MODERATOR TERHADAP NIAT PERILAKU KONSUMEN PADA RESTORAN PIZZA HUT PADANG**

*Skripsi S1 Oleh Riche Safitria. Pembimbing Dra. Meilini Malik, MM*

**ABSTRAK**

Penelitian ini meneliti tentang layanan dan kepuasan konsumen terhadap niat perilaku konsumen pada Pizza Hut Padang. Metode pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling* dan dilakukan penyebaran kuesioner sebanyak 120 kuesioner. Adapun tujuan penelitian ini yaitu: menguji pengaruh positif kualitas layanan terhadap niat perilaku konsumen, dan menguji pengaruh interaksi kualitas layanan dan kepuasan terhadap niat perilaku konsumen dengan kepuasan sebagai variabel moderator antara kualitas layanan dan niat perilaku konsumen. Penelitian ini menggunakan alat analisis *Moderator Regression Analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas layanan terhadap niat perilaku konsumen dan hasil yang kedua menunjukkan interaksi antara kualitas layanan dan kepuasan lebih menjelaskan varian niat perilaku konsumen hal ini terlihat pada koefisien interaksi yang bernilai positif serta kenaikan antara koefisien determinasi uji pertama dan kedua semakin meningkat, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan sebagai variabel moderasi terbukti mampu memoderate kualitas layanan terhadap niat perilaku konsumen.

Skripsi telah diseminarkan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 4 Maret 2009, dengan penguji :

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	Dra. Meilini Malik, MM	Dra. Dewi Susita, MSi	Eri Besra, SE.MM

Mengetahui,  
Ketua Jurusan

Dr. Harif Amali Rivai, SE. M.Si  
NIP. 132 164 008

\_\_\_\_\_  
Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke fakultas/universitas dan mendapat nomor alumnus :

	Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama	Tanda Tangan
No. Alumni Universitas	Nama	Tanda Tangan

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan bisnis makanan dan minuman masih tercatat sebagai pertumbuhan yang tinggi di berbagai belahan dunia (Nonto, 2006.p.13). Berbagai *outlet* yang menawarkan produk makanan dan minuman dalam berbagai bentuk banyak bermunculan. Mulai dari yang sederhana hingga yang mewah. Hal ini disebabkan karena makanan adalah salah satu kebutuhan pokok yang harus dipenuhi semua orang. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa alasan rasional *outlet* makanan tumbuh adalah karena pebisnis makanan bisa mengantongi keuntungan bersih minimal 50% setelah dikurangi biaya operasional.

Di Indonesia, bisnis restoran dan *fast food* adalah bisnis yang mengalami pertumbuhan pesat setiap tahunnya. Penelitian dari *Danareksa Research Institute* menyatakan bahwa sektor industri restoran dan *fast food* adalah salah satu sektor yang diperkirakan masih memiliki pertumbuhan yang tinggi di tahun 2008. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat beberapa sektor yang diperkirakan masih mengalami pertumbuhan yang tinggi di tahun 2008 dalam tabel berikut ini :

**Tabel 1.1**  
**Beberapa Sektor yang Diperkirakan**  
**Mengalami Pertumbuhan yang Tinggi di tahun 2008**  
**(dalam milyar rupiah)**

No	Sektor	Nominal			Pertumbuhan (%)		
		2006	2007	2008 F	2006	2007	2008 F
1	Penerbangan (PDB, Rp milyar)	14.685,2	18.041,4	21.838,1	22,6	22,9	21,1
2	Restoran & Industri Fast Food (PDB, Rp. Milyar)	92.214,9	112.596,3	134.444,8	18,1	22,1	19,4
3	Department Store (PDB, Rp Milyar) (Sales)	12.923,0	15.127,8	17.884,5	15,6	16,7	18,2
4	Perbankan (Rp Triliyun) (Penyaluran Kredit)	787,1	982,7	1.283	14,1	24,8	30,6
5	Property dan Real Estate (Rp Milyar) (Sales)	10.897,8	13.354,8	16.860,1	11,5	22,5	26,5

Sumber : Majalah Swa edisi 24 Januari 2008

Ket : F = forecast

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa industri restoran dan *fast food* terus mengalami perkembangan pesat setiap tahunnya. Diperkirakan di tahun 2008, industri ini tetap menunjukkan pertumbuhan yang masih tinggi.

Jumlah penduduk Indonesia yang besar dengan pertumbuhan per kapita yang tergolong tinggi merupakan potensi yang sangat besar bagi industri makanan olahan, termasuk *fast food*. Ketersediaan makanan yang cepat saji (*quick service*) semakin dibutuhkan sejalan dengan meningkatnya mobilitas masyarakat, terutama di kawasan perkotaan yang dinamis. Makin maraknya bisnis restoran kategori *fastfood* baik yang berasal dari lokal maupun luar negeri yang dikembangkan melalui sistem *franchise* memacu kondisi persaingan yang semakin ketat. Fenomena ini bisa dilihat dari

## BAB VI

### PENUTUP

#### 6.1. Kesimpulan

Penelitian ini menguji hubungan kualitas layanan dan kepuasan sebagai variabel moderasi terhadap niat berperilaku konsumen Pizza Hut Padang. Analisis data dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 15.

Dari uji hipotesis pertama yaitu hubungan kualitas layanan terhadap niat berperilaku dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap niat berperilaku konsumen pada Pizza Hut Padang. Kualitas layanan berpengaruh langsung terhadap niat perilaku konsumen Pizza Hut. Artinya, jika kualitas layanan ditingkatkan dan semakin baik ada kecenderungan niat perilaku konsumen terhadap Pizza Hut akan semakin tinggi.

Uji hipotesis kedua mengenai kualitas layanan berpengaruh terhadap niat perilaku konsumen melalui kepuasan sebagai variabel moderator pada Pizza Hut. Artinya, kualitas layanan dianggap baik atau buruk tergantung dari pengalaman dan perasaan puas atau kurang puas konsumen. Hubungan kualitas layanan terhadap niat berperilaku akan semakin kuat ketika konsumen merasa puas dimana dalam hipotesis kedua ini kepuasan diletakkan sebagai variabel moderator. Kepuasan konsumen adalah tepat dijelaskan sebagai moderator dalam hubungan ini. Hasil menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif atau searah antara kualitas layanan ( $X_1$ ) dan kepuasan sebagai variabel moderator ( $X_2$ ) terhadap niat perilaku konsumen Pizza Hut Padang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Atmawati, Rustika dan M. Wahyudin. 2004. "*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Matahari Departement Store di Solo Grand Mall*". Surakarta: Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah.
- Bahrudin, A dan L. Tobing H. 2003. *Analisis Data Untuk Penelitian Survey Dengan Menggunakan LISREL 8*. ISBN : Bandung.
- Cronin, J. J., Brady, M. K., Hult, G. M., 2000, *Assessing the effects of quality, value and customer satisfaction on consumer behavioural intentions in service environment*, *Journal of Retailing*, 76 (2), 193-218.
- Cronin, J. J., Taylor, S. A., 1992, "*Measuring Service Quality: A Reexamination and Expectations*", *Journal of Marketing*, July (56): 55-68.
- Cronin, J. Joseph and Taylor, Stephen A., 1994, *SERVPERF Versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectation Measurement of Service Quality*, *Journal of Marketing*, Vol. 58, January 1995: 125-131
- Darmayanti, Diah. 2006. *Analisis Dampak Service Performance dan Kepuasan Sebagai Moderating Variable Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah Tabungan Bank Mandiri Cabang Surabaya)*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.1, No.1, April 2006: 35-43
- Engel, James F., Blackwell, Roger D., Minard, Paul W. (1995). *Consumer Behavior* (6th Ed), The Dryden Press.
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, CV. ALFABETA, Bandung.
- J. Supranto, 2001, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, Cetakan Kedua, PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Prenhallindo: Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas, Jilid I (Alih Bahasa : Benyamin Molan). Indeks : Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 1997. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Impelementasi dan Pengendalian*. Jilid II, Edisi 9 (Terjemahan Ancella Anitawai Hermawan). Prenhallindo : Jakarta.