

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DI RESTORAN SUSHI TEI BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
KGS. Wendi Cahyadi
170910164**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DI RESTORAN SUSHI TEI BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
KGS. Wendi Cahyadi
170910164**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : KGS. Wendi Cahyadi
NPM : 1709164
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul :

PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RESTORAN SUSHI TEI BATAM

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 29 Juli 2021



KGS. Wendi Cahyadi

170910113

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DI RESTORAN SUSHI TEI BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh:
KGS. Wendi Cahyadi
170910164**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 29 Juli 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Heryenzus'.

**Heryenzus, S.Kom., M.Si.
Pembimbing**



ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Sushi Tei Batam. Jenis penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif. Seluruh konsumen restoran Sushi Tei Batam digunakan sebagai populasi dalam penelitian ini. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, kemudian dipilih 280 responden. Metode analisis yang digunakan dalam pengolahan data dalam penelitian ini meliputi validitas dan reliabilitas kuesioner, pengujian hipotesis dan koefisien determinasi. Dari hasil pengujian, semua asumsi diterima. Nilai koefisien determinasi yang cukup tinggi membuktikan bahwa semakin baik citra merek dan kualitas pelayanan suatu tempat maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggannya.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas pelayanan dan Kepuasan pelanggan

ABSTRACT

The research was conducted for determine the impact of brand image and service quality on customer satisfaction at Sushi Tei Batam restaurant. The type of research used is descriptive analysis. All consumers of Sushi Tei Batam restaurant are used as a population in the research. The sampling methode use in the research used an unlikely sample using evidence-based sampling methodology, after which 280 respondents were selected. The analytical method used in data processing in the research includes the validity and reliability of the questionnaire, hypothesis testing and the coefficient of determination. All assumptions are accepted based on the test results. The value of the coefficient of determination is large enough to prove that the better the brand image and service quality of the site, the higher the customer satisfaction.

Keyword: *Brand Image, Quality Of Service and Customer Satisfaction*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putra Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini tidak terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Putra Batam;
2. Bapak Dr. Hendri Herman, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putra Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putra Batam;
4. Bapak Heryenzus, S.Kom., M.Si. selaku pembimbing skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putra Batam;
5. Dosen dan Staff Universitas Putra Batam;
6. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan semangat dan doanya kepada penulis
7. Segenap Manajemen PT Sushi Tei Arta Perkasa yang telah membantu penulis dalam pengumpulan data.
8. Teman – teman seangkatan yang selalu membantu dan menyemangati dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung

Semoga Tuhan yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 29 Juli 2021



KGS. Wendi Cahyadi



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	i
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	6
1.6.1 Manfaat Teoritis	6
1.6.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJUAN PUSTAKA	8
2.1 Kajian Teori	8
2.1.1 Brand Image	8
2.1.1.1 Indikator Citra Merek (Brand Image)	8
2.1.2 Kualitas Pelayanan	9
2.1.2.1 Indikator Kualitas Pelayanan	10
2.1.3 Kepuasan Konsumen	11
2.1.3.2 Indikator Kepuasan Konsumen	11
2.2 Penelitian Terdahulu	12
2.3 Kerangka Pemikiran	14
2.4. Hipotesis	14
BAB III METODE PENELITIAN	15

3.1. Jenis Penelitian.....	15
3.2. Sifat Penelitian	15
3.3. Lokasi dan Periode Penelitian.....	16
3.3.1. Lokasi Penelitian	16
3.3.2. Periode Penelitian.....	16
3.4. Populasi dan Sampel.....	17
3.4.1. Populasi.....	17
3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel.....	17
3.4.3. Teknik <i>Sampling</i>	18
3.5. Sumber Data.....	18
3.6. Metode Pengumpulan Data	18
3.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian	19
3.7.1 Variabel Independen (Bebas).....	19
3.7.1.1 Brand Image	20
3.7.1.2 Kualitas Pelayanan.....	20
3.7.2. Variabel Dependen (Terikat).....	21
3.7.2.1 Kepuasan Konsumen	21
3.8. Metode Analisis Data	22
3.8.1. Statistik Deskriptif.....	23
3.8.2. Uji Kualitas Data	24
3.8.2.1. Uji Validitas	24
3.8.2.2 Uji Reliabilitas.....	24
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	25
3.8.3.1 Uji Normalitas	25
3.8.3.2 Uji Multikolinearitas.....	25
3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	25
3.8.4. Uji Pengaruh.....	25
3.8.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda	25
3.8.4.2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	26
3.9. Uji Hipotesis	26
3.9.1. Uji Statistik T (T-test).....	26
3.9.2. Uji Statistik F (F-test)	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	27
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	27
4.2. Deskripsi Karakteristik Responden.....	27

4.2.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	27
4.2.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	28
4.2.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Konsumen	28
4.2.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	29
4.3. Deskripsi Jawaban Responden	29
4.3.1. Analisis Deskriptif Brand Image (X1).....	30
4.3.2. Analisa Deskriptif Kualitas Pelayanan (X2).....	31
4.3.3. Analisis Deskriptif Kepuasan Konsumen	33
4.4. Analisis Data	34
4.4.1. Hasil Uji Validitas	34
4.4.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	35
4.4.2. Hasil Uji Asumsi Klasik	36
4.4.2.1. Uji Normalitas	36
4.4.2.3. Uji Heteroskedastisitas.....	38
4.4.3. Uji Pengaruh.....	38
4.4.3.1. Analisis Regresi Linear Berganda	38
4.4.3.2. Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	39
4.4.4. Uji Hipotesis.....	40
4.4.4.1. Uji T Parsial	40
4.4.4.2. Hasil Uji F (Simultan).....	40
4.6. Pembahasan.....	41
4.6.1. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	41
4.6.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	41
4.6.3. Pengaruh Secara Simultan <i>Brand Image</i> Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	42
4.7. Implikasi Penelitian	42
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	43
5.1. Simpulan	43
5.2. Saran	43
DAFTAR PUSTAKA	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Berfikir.....	14
Gambar 4.1 Normal P – Plot.....	36
Gambar 4.2 Diagram Histogram.....	37

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Restoran Jepang Yang Ada di Batam	3
Tabel 1.2 Data Pelanggan Sushi Tei.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1 Periode Penelitian	16
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	22
Tabel 3.3 Rentang Skala	23
Tabel 3.4 Rentang Skala Dalam Rata – Rata	23
Tabel 4.1 Responden Berdasar Jenis Kelamin.....	27
Tabel 4.2 Responden Berdasar Usia.....	28
Tabel 4.3 Responden Berdasar Lama Menjadi Konsumen.....	28
Tabel 4.4 Responden Berdasar Pekerjaan.....	29
Tabel 4.5 Hasil Analisis Deskripsi Brand Image (X1).....	30
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan.....	31
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Kepuasan Konsumen	33
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i> (X1)	34
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	35
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Pernyataan Kepuasan Konsumen.....	35
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	35
Tabel 4.12 Hasil Uji Kolmogrov Smirnov.....	36
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	37
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	38
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	38
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	39
Tabel 4.17 Hasil Uji – t Parsial	40
Tabel 4.18 Hasil Uji – F (Simultan)	40

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 <i>Rumus Krejcie dan Morgan</i>	17
Rumus 3.2 Rentang Skala	23
Rumus 3.3 <i>Pearson Prouct Moment</i>	24
Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda.....	25