

**ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED SERVICE QUALITY*, *PERCEIVED VALUE* DAN *TRUST*  
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION***

**(Pada Rumah Makan Ayam Geprek Om Kris)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :  
**GERALDY REINHART LUMELLE**  
NIM. 12010113130232

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2017**

## **PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama Penyusun : Geraldly Reinhart Lumelle  
Nomor Induk Mahasiswa : 12010113130232  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen  
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH PERCEIVED SERVICE  
QUALITY, PERCEIVED VALUE DAN TRUST  
TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION (Pada  
Rumah Makan Ayam Geprek Om Kris)**  
Dosen Pembimbing : I Made Sukresna, SE., M.Si., Ph.D.

Semarang, 7 Juni 2017

Dosen Pembimbing

(I Made Sukresna, SE, M.Si, Ph.D.)

NIP. 19750125 200012 1001

## PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Geraldly Reinhart Lumelle  
Nomor Induk Mahasiswa : 12010113130232  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen  
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED SERVICE QUALITY, PERCEIVED VALUE* DAN *TRUST* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* (Pada Rumah Makan Ayam Geprek Om Kris)**

**Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 16 Juni 2017**

Tim penguji :

1. I Made Sukresna, SE, M.Si, Ph.D (.....)
2. I Made Bayu Dirgantara, SE, MM (.....)
3. Rizal Hari Magnadi, SE, MM (.....)

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda dibawah ini saya, Geraldly Reinhart Lumelle, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED SERVICE QUALITY, PERCEIVED VALUE* DAN *TRUST* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* (Pada Rumah Makan Ayam Geprek Om Kris)** adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut diatas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 7 Juni 2017

Geraldly Reinhart Lumelle

NIM: 12010113130232

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“...My succes is only by Allah...”

*(QS. Hud: 88)*

“..if you are grateful,i will give you more..”

*(QS. Ibrahim: 7)*

“ Patience is a pillar of faith”

**(Umar bin Khattab (RA))**

Skripsi ini saya persembahkan kepada Ayah, Ibu, Abang saya untuk segala doa, semangat, dan dukungannya yang selalu mengiringi penulis hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan karya tulisan ini.

## **ABSTRACT**

*This study aimed to analyze the effects arising from the perceived service quality, perceived value and trust on customers satisfaction from Ayam Geprek Om Kris. The variables used in this study is perceived service quality, perceived value and trust as an independent variable, then the customers satisfaction as an dependent variable. The sample in this study were 100 respondents that came from the customer of Ayam Geprek Om Kris.*

*Results of the analysis found that three factors, perceived service quality, perceived value and trust has a positive and significant influence on customer satisfactions. The method used is purposive sampling by distributing questionnaires to the respondents (customer). In this study developed a theoretical model to propose three hypotheses to be tested using analysis tools were linear regression analysis which is operated through a program SPSS 20.0. Based on the research of data processing SPSS result of adjusted R square of 0.828 indicates that 82.8 percent of the variations of customer satisfaction can be explained by three independent variables used in the regression equation. While the rest of 17.2 percent is explained by another variable outside three variables used within this research.*

*Keywords: perceived service quality, perceived value, trust, customers satisfaction.*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh yang timbul dari kualitas pelayanan yang dirasakan, nilai yang dirasakan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan Ayam geprek Om Kris. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang dirasakan, nilai yang dirasakan dan kepercayaan sebagai variabel independen, kemudian kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yaitu para pengunjung rumah makan Ayam geprek Om Kris.

Hasil analisis mendapatkan bahwa ketiga faktor kualitas pelayanan yang dirasakan, nilai yang dirasakan dan kepercayaan, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Metode yang digunakan adalah *Purposive Sampling* dengan menyebarkan kuesioner kepada para responden yang ditujukan secara khusus ke pengunjung Ayam geprek Om Kris. Dalam penelitian ini dikembangkan suatu model teoritis dengan mengajukan tiga hipotesis yang akan diuji menggunakan alat analisis regresi linier berganda yang dioperasikan melalui program SPSS 20. Berdasarkan hasil dari pengolahan data SPSS nilai *Adjusted R square* = 0,828 menunjukkan bahwa 82,8 persen variasi kepuasan pelanggan bisa dijelaskan oleh ketiga variabel independen. Sedangkan 17,2 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian.

Kata kunci: kualitas pelayanan yang dirasakan, nilai yang dirasakan, kepercayaan, kepuasan pelanggan

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat rahmat dan bimbingan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS *PENGARUH PERCEIVED SERVICE QUALITY, PERCEIVED VALUE* DAN *TRUST* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* (Pada Rumah Makan Ayam Geprek Om Kris)** dengan baik. Banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini baik secara moril maupun spiritual maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan berkah dan rakhmatnya serta kesehatan kepada Hamba-NYA. Serta Suri tauladan umat manusia Rasulullah SAW yang telah memberikan contoh terbaik bagaimana menjalani hidup yang selalu diridhoi Allah SWT dan semoga kelak di yaumul akhir. Amin.
2. Bapak Dr.Suharnomo,S.E.,M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
3. Bapak Dr.Harjum Muharam, S.E.,M.E selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
4. Bapak I Made Sukresna, SE, M.Si, Ph.D. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan perhatiannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Drs.Prasetino, S.E., M.M. selaku Dosen Wali yang telah memberikan pengarahan dan nasehat selama masa perkuliahan di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
6. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro atas ilmu yang diberikan
7. Kedua orangtua dan abang tercinta, Ayahanda Renardhy H Lumelle ,Ibunda Susi Amelia Adam dan Abang George Randy Lumelle yang tidak henti hentinya memberi doa, bimbingan, motivasi dan dukungan material maupun non-material selama penulis kuliah hingga menyelesaikan skripsi ini. .
8. Geng NT Adryan, Igor, Ibam, Nadhissa, Dhiba, Ida, Mbak Pipit, Arine yang telah menjadi saudara seperantauan terbaik semasa kuliah
9. Saudari Putrinka, Friska, Vika, yang selalu menjadi tempat berkeluh kesah selama ini.
10. Geng Ganteng Ardhilo, Itok, Afi, Adryan, Igor, Hafiz, Anam, Irfan, Henry, Aga, Radit yang telah menjadi sahabat dan tempat bersenang senang semasa kuliah
11. Pada kasih kendor Ello, Arril, Arya, Riza, Dio, Azi, Ismail, Cakra, Eja, Satrio, Arif, Dito, Wafi yang telah memberikan dukungan dan menjadi alasan untuk pulang untuk penghilang penat.
12. Rotterdam Family Droy, Beggy, Sempil, Kiyong, Bocil, Ocep, Ncas, Rakes, Cireng, Begog, Edo, Aldi, Calpin Pak Ook, Pak Roto yang telah memberikan kesan kosan sebagai rumah yang nyaman, bebas dan aman.

13. Seluruh Teman-teman Organisasi, UKM Menembak UNDIP, KSPM FEB, BEM FEB yang telah memberikan pengalaman yang berharga
14. Teman-teman KKN TIM 1 Kabupaten Pati, Kecamatan Pucakwangi 1 Frans, Ian, Ragil, Jaya, Detta, Diyah, Kiky, Ola, Afi yang telah menjadi teman seperjuangan selama KKN.
15. Para responden yang telah membantu penelitian ini dengan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.
16. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan doa dan dukungan hingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun dari pembaca yang akan menyempurnakan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis, pembaca dan bagi penelitian selanjutnya.

Semarang, 7 Juni 2017

Penulis,

(Gerald Reinhard Lumelle)

NIM. 12010112110311

## DAFTAR ISI

COVER.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
HALAMAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Masalah Penelitian .....	8
1.3    Tujuan Penelitian.....	8
1.4    Manfaat Penelitian.....	9
1.5    Sistematika Penulisan .....	9
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	11
2.1    Landasan Teori.....	11
2.1.1    Pelayanan .....	11
2.1.2    Perceived Service Quality.....	12
2.1.3    Perceived Value.....	13
2.1.4    Trust.....	15
2.1.5    Customer Satisfaction.....	16
2.2    Hubungan Antar Variabel.....	18
2.2.1    Hubungan Antara Perceived Service Quality Dengan Kepuasan .....	18
2.2.2    Hubungan Antara Perceived Value Dengan Kepuasan .....	19
2.2.3    Hubungan Antara Trust Dengan Kepuasan .....	20
2.3    Penelitian Terdahulu.....	21
2.4    Kerangka Pemikiran Teoritis .....	24

2.5	Dimensi Operasional .....	25
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>27</b>
3.1	Variabel Penelitian dan Dimensi Operasional .....	27
3.1.1	Variabel Penelitian .....	27
3.1.2	Dimensi Operasional .....	28
3.2	Populasi dan Sampe Penelitian .....	31
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	33
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	34
3.5	Metode Analisis Data .....	34
3.5.1	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	35
3.5.2	Uji Asumsi Klaik.....	36
3.5.3	Analisis Regresi Berganda.....	38
3.5.4	Goodness of fit Suatu Model .....	39
<b>BAB IV PEMBAHASAN .....</b>		<b>41</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	41
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
4.1.2	Gambaran Umum Responden .....	41
4.1.2.1	Profil Responden.....	42
4.1.2.2	Profil Jenis Kelamin Responden .....	42
4.1.2.3	Profil Usia Responden.....	43
4.1.2.4	Profil Pekerjaan Responden.....	44
4.1.2.5	Profil Pengeluaran Responden.....	44
4.2	Deskripsi Variabel Penelitian .....	45
4.2.2.1	Hasil Deskripsi Variabel Perceived Service Quality.....	45
4.3.2.2	Hasil Deskripsi Variabel Perceived Value.....	46
4.3.2.3	Hasil Deskripsi Variabel Trust.....	46
4.3.2.4	Hasil Deskripsi Variabel Customer Satisfaction.....	47
4.3	Analisis Data dan Pembahasan .....	47
4.3.1	Uji Validitas .....	47
4.3.2	Uji Reliabilitas .....	48
4.3.3	Uji Asumsi Klasik .....	49
4.3.3.1	Uji Normalitas.....	49

4.3.3.2	Outlier .....	51
4.3.3.3	Uji Multikolinieritas .....	52
4.3.3.4	Uji Autokorelasi .....	53
4.3.3.5	Uji Heteroskedastisitas .....	54
4.3.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	54
4.3.5	Uji Goodness of fit .....	55
4.3.5.1	Uji t.....	55
4.3.5.2	Uji f.....	57
4.3.5.3	Koefisien Determinasi .....	58
4.4	Interpretasi Hasil .....	59
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>		<b>63</b>
5.1	Kesimpulan .....	63
5.2	Implikasi Teoritis .....	64
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	65
5.4	Saran untuk Penelitian Mendatang.....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>66</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>69</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Laba Bersih Ayam Geprek Om Kris .....	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel .....	29
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	44
Tabel 4.6	Hasil Jawaban Terbuka Variabel <i>Perceived Service Quality</i> .....	45
Tabel 4.7	Hasil Jawaban Terbuka Variabel <i>Trust</i> .....	46
Tabel 4.8	Hasil Jawaban Terbuka Variabel <i>Perceived Value</i> .....	46
Tabel 4.9	Hasil Jawaban Terbuka Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	47
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas .....	48
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas .....	49
Tabel 4.12	Hasil Uji Komogorov-Smirnof.....	51
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolineritas.....	52
Tabel 4.14	Hasil Uji Autokorelasi .....	53
Tabel 4.15	Hasil Uji Glejser .....	54
Tabel 4.16	Hasil Uji t.....	55
Tabel 4.17	Hasil Uji f .....	57
Tabel 4.18	Hasil Uji R <sup>2</sup> .....	58
Tabel 4.19	Hasil Uji Hipotesis.....	62

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Daftar Menu Ayam Geprek Om Kris .....	3
Gambar 1.2	Diagram Batang Laba Bersih Ayam Geprek Om Kris .....	5
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	24
Gambar 2.2	Definisi Konseptual Variabel .....	26
Gambar 4.1	Uji Normalitas .....	50

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A .....	69
Lampiran B .....	76
Lampiran C .....	84

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Dalam dunia yang penuh persaingan seperti saat ini dibutuhkan kemampuan untuk membaca peluang pasar. Banyak peluang usaha yang ditawarkan, mulai dari hal sederhana sampai dengan hal yang kompleks. Usaha dibidang kuliner merupakan salah satu peluang usaha yang terbesar, karena sebagai mahluk hidup seseorang membutuhkan makan untuk memenuhi kebutuhannya. Indonesia merupakan negara yang cocok untuk mengembangkan usaha di bidang kuliner, hal ini di dukung dengan melimpahnya sumber daya alam, dari sektor pertanian, laut hingga peternakan.

Salah satu bahan makanan yang paling sering di jadikan bahan utama dalam usaha kuliner adalah ayam, selain harganya yang relatif murah, ayam juga dinilai menjadi makanan pokok yang sering di konsumsi setiap kalangan, mulai dari kalangan bawah, menengah, hingga kalangan atas. Ayam juga dapat di olah dari masakan rumahan hingga makanan berkelas. Salah satu jenis olahan yang sering di jumpai adalah ayam geprek, yakni ayam yang di olah dengan cara di goreng tepung lalu di hancurkan dengan menggunakan cobek bersama cabai rawit merah, dengan tingkat kepedasan sesuai dengan jumlah cabai yang diinginkan. Usaha ayam geprek dinilai mempunyai peluang usaha yang cukup besar mengingat bahan yang di butuhkan sederhana dan pengolahannya yang cukup mudah.

Dengan biaya produksi yang terbilang murah maka harga yang ditawarkan juga sangat terjangkau, dengan harga yang terjangkau biasanya usaha ini sering ditemui di daerah yang penduduknya dari kalangan mahasiswa yang pada umumnya mengutamakan harga dalam melakukan pembelian pada suatu produk. Tembalang merupakan salah satu daerah yang dinilai mempunyai potensi yang besar dalam mengembangkan usaha ayam geprek. Tembalang sendiri terdapat beberapa Perguruan Tinggi diantaranya, Universitas Diponegoro, Politeknik Negeri Semarang, dan Universitas Pandanaran. Sebagai daerah yang dihuni banyak mahasiswa, ayam geprek merupakan pilihan yang sering diminati oleh mahasiswa. Terdapat beberapa usaha ayam geprek di daerah Tembalang diantaranya, Ayam geprek Jogjakarto, Ayam geprek Bu Sastro, Ayam GEMES, dan Ayam Geprek Om Kris.

Ayam Geprek Om Kriss merupakan salah satu rumah makan yang menyediakan ayam geprek sebagai menu andalannya, selain itu Ayam Geprek Om Kris juga merupakan rumah makan ayam geprek pertama di daerah Tembalang, yakni berdiri pada awal tahun 2013. Pada awal berdirinya Ayam Geprek Om Kris, sang pemilik, Krisna Yudha Perwira mengungkapkan bahwa idenya membuka usaha ayam geprek karena terinspirasi oleh Ayam Geprek Bu Rum yang berada di Yogyakarta yang sudah terkenal di daerah Yogyakarta, faktor lain yang mendorong Krisna membuka usaha Ayam Geprek ialah karena masih belum adanya Ayam Geprek di daerah Tembalang. Menurutnya daerah Tembalang merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi yang cukup tinggi untuk menjual sebuah produk makanan.

Lokasi Ayam Geprek Om Kris sendiri berada di daerah Banjarsari dimana daerah tersebut juga merupakan daerah yang ramai dan menjadi salah satu tempat yang terdapat banyak rumah makan. Ayam Geprek Om Kris memiliki berbagai macam paket dalam menu makanannya, harga paket berkisar dari Rp 11.000 sampai dengan Rp 14.000 , paket tersebut terdiri dari nasi, ayam geprek, dan minum.

**Gambar 1.1**

**Daftar Menu Ayam Geprek Om Kriss**



*Sumber: Ayam Geprek Om Kris*

Dengan menawarkan berbagai macam paket tersebut diharapkan dapat menarik para calon konsumen untuk membeli produk Ayam Geprek Om Kris. Dalam perjalanan usaha yang telah digeluti selama lebih dari 3 tahun Ayam Geprek Om Kris

mengalami pasang surut persaingan yang mengakibatkan kenaikan dan penurunan laba yang diterima.

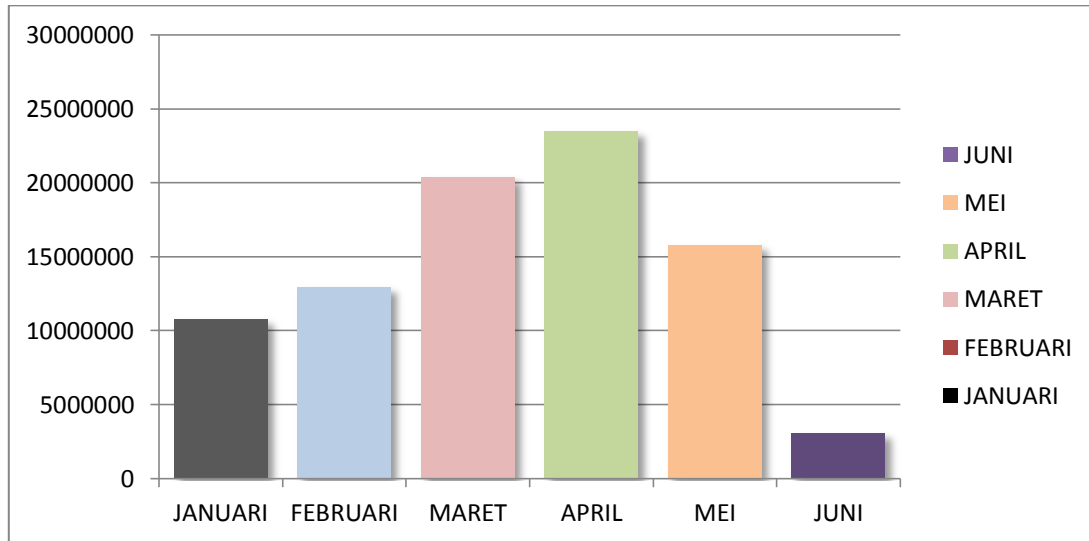
Berikut data laba bersih Ayam Geprek Om Kris pada periode Januari-Juni 2016 sebagai berikut :

**Tabel 1.1**  
**Laba bersih Ayam Geprek Om Kriss pada bulan**  
**Januari-Juni 2016 (dalam rupiah)**

BULAN	PENDAPATAN
JANUARI	RP 10.800.000,00
FEBRUARI	RP 12.929.000,00
MARET	RP 20.416.000,00
APRIL	RP 23.471.000,00
MEI	RP 15.780.500,00
JUNI	RP 3.067.500,00

*Sumber : Ayam Geprek Om Kris, 2016*

**Gambar 1.2**  
**Diagram batang laba bersih Ayam Geprek Om Kriss**



Sumber : Ayam Geprek Om Kris, 2016

Berdasarkan pada tabel dan diagram batang diatas diketahui bahwa terjadi penurunan laba bersih yang cukup signifikan pada Ayam Geprek Om Kris dalam kurun waktu Januari hingga Juni 2016. Dari hasil data laporan keuangan yang diperoleh dari Ayam Geprek Om Kris telah terjadi penurunan yang signifikan pada bulan Mei dan Juni 2016. Faktor pesaing yang semakin banyak merupakan penyebab turunnya laba bersih dari Ayam Geprek Om Kris, sehingga harus ada perbaikan dari produk dan pelayanan agar dapat mengembalikan kepercayaan dan kepuasan dari pelanggan.

Tujuan utama dalam setiap usaha ialah membuat konsumen yang telah membeli produknya merasakan kepuasan (*satisfaction*) setelah mengkonsumsi produk tersebut, dimana kepuasan sendiri memiliki makna. Menurut Kotler kepuasan

adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan amat puas atau senang. Kunci untuk menghasikan kesetian pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi. *Customer perceived value* (nilai pelanggan) saling berkaitan terhadap kepuasan pelanggan, menurut pendapat beberapa para ahli *perceived value* ialah. Menurut Kotler nilai pelanggan merupakan selisih dari dua unsur yakni unsur nilai pelanggan total dan unsur biaya pelanggan total, nilai pelanggan total adalah keseluruhan manfaat yang diterima oleh pelanggan sedangkan biaya total merupakan keseluruhan biaya yang dikeluarkan oleh pelanggan apakah sesuai atau tidak dengan manfaat yang di dapatkan dari hasil tersebut dapat dievaluasi oleh konsumen tersebut. Menurut A. B. Susanto dalam Vanessa (2007:66) nilai pelanggan adalah sesuatu yang dirasakan oleh pelanggan atas kinerja, produk, dan konsekuensi yang timbul dari pemakaian fasilitas suatu produk. Sehingga dalam membuat suatu produk harus ada timbal balik antara produsen dan konsumen.

Selain faktor tersebut, ada faktor lain yang dapat menimbulkan kepuasan pelanggan, yakni faktor *perceived service quality* (kualitas pelayanan yang dirasakan) dimana adanya interaksi yang terjadi antara produsen dan konsumen. *Service quality* bergantung pada tiga hal yaitu manusia, teknologi, dan sistem. Faktor terbesar dalam kontribusi *service quality* terdapat pada faktor manusia yakni sebesar 70%, selain itu faktor lain juga harus diperhatikan agar perusahaan dapat meningkatkan dan

menciptakan kualitas pelayanan yang baik sehingga konsumen merasa puas dengan kinerja perusahaan (Irawan ,2002). Dengan kata lain produk yang baik bukan hanya dari barang atau jasanya saja, namun juga pelayanan dalam setiap transaksinya.

Salah satu faktor yang terpenting lainnya dalam menciptakan kepuasan pelanggan adalah faktor *trust* (kepercayaan), dimana seseorang mempercayakan apa yang ia konsumsi dari sebuah produk, kepercayaan sendiri dapat menimbulkan sebuah komitmen, komitmen untuk tetap setia kepada perusahaan tersebut. Jika seorang konsumen sudah mempercayai suatu produk maka secara langsung konsumen tersebut memiliki pandangan positif terhadap produk tersebut, dari pandangan positif tersebut konsumen secara otomatis akan melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Untuk itu kepercayaan merupakan faktor penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Menurut (Morgan dan Hunt, 1994) bahwa kepercayaan dan komitmen merupakan perantara kunci dalam membangun hubungan jangka panjang bagi pelanggan yang memiliki orientasi hubungan yang tinggi terhadap perusahaan (Fenny dan Nathania 2005;52).

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, menjadikan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul “**ANALISIS PENGARUH PERCEIVED SERVICE QUALITY, PERCEIVED VALUE, dan TRUST TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION**”. (Pada Ayam Geprek Om Kris).

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan data yang diperoleh menunjukkan suatu permasalahan yang terjadi terhadap penurunan laba bersih, maka yang di angkat dalam permasalahan ini adalah tentang *perceived service quality*, *perceived value* dan *trust* dalam meningkatkan *customer satisfaction* pada Ayam Geprek Om Kris”.

Sehingga dari masalah tersebut menimbulkan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah *perceived service quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* Ayam Geprek Om Kris
2. Apakah *perceived value* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* Ayam Geprek Om Kris
3. Apakah *trust* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* Ayam Geprek Om Kris

## 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

### 1.3.1 Tujuan Penelitian

Dengan melihat latar belakang masalah serta perumusan masalah yang ada, maka tujuan yang ini dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh *perceived service quality* terhadap *customer satisfaction*.
2. Menganalisis pengaruh *perceived value* terhadap *customer satisfaction*.
3. Menganalisis pengaruh *trust* terhadap *customer satisfaction*.

### 1.3.2 Kegunaan Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan, diharapkan dapat memiliki kegunaan bagi semua pihak yang terkait maupun masyarakat luas. Kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dapat digunakan rumah makan Ayam geprek Om Kris untuk membantu meningkatkan kepuasan pelanggan melalui faktor- faktor pengaruh kepuasan pelanggan yakni *perceived service quality*, *perceived value* dan *trust*, sehingga dapat menentukan strategi pemasaran yang lebih baik dimasa mendatang.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan referensi untuk penelitian selanjutnya serta dapat memberikan kontribusi dalam bidang ilmu manajemen, khususnya ilmu manajemen pemasaran yang berkaitan dengan penelitian mengenai kepuasan pelanggan.

### 1.4 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan dari penelitian ini terdiri dari 5 bab yang terdiri sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori mengenai penelitian yang diangkat, kerangka pemikiran, dan hipotesis

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang variabel penelitian dan definisi operasional, populasi, dan sampel, metode penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

**BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang deskripsi obyek penelitian, gambaran responden, deskripsi variabel penelitian, analisis data dan pembahasan

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan, dan saran dari analisis dan pembahasan yang telah dilakukan