

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP PERSEPSI HARGA DAN KEPUASAN  
KONSUMEN PADA RESTORAN CEPAT SAJI PADA STUDI PT. XYZ DI  
WILAYAH JAKARTA BARAT**



**RAMA RIZQULLAH FAHRIZAL**

**2231011063**

**PROGRAM STUDI  
MAGISTER MANAJEMEN  
UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2026**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : RAMA RIZQULLAH FAHRIZAL**

**NIM : 2231011063**



**Tanda Tangan** : Rama Rizqullah Fahrizal  
:.....

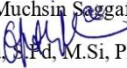
**Tanggal** : 11 September 2026

**HALAMAN PENGESAHAN**

Tesis ini diajukan oleh :  
Nama : RAMA RIZQULLAH FAHRIZAL  
NIM : 2231011063  
Program Studi : Manajemen S2  
Judul Tesis : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN  
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
PERSEPSI HARGA DAN KEPUASAN  
KONSUMEN PADA RESTORAN CEPAT SAJI  
PADA STUDI PT. XYZ DI WILAYAH JAKARTA  
BARAT**

**Telah berhasil di pertahankan di hadapan Dewan penguji dan diterima sebagai  
bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar magister  
manajemen pada Program studi magister manajemen – Universitas Bakrie**

**DEWAN PENGUJI**

Pembimbing : Prof. Muchsin Saggaff Shihab, SE., MSc., MBA., PhD (  Muchsin )  
Penguji 1 : Ovalia, S.Pd, M.Si, Ph.D (  )  
Penguji 2 : Dr. Syahrul Effendi, S.E., M.M (  )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 14 September 2026

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, kasih, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Penulisan tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tesis ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, doa, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Proffesor Muchsin Saggaff Shihab., SE., MSc., MBA., PhD selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, masukan, motivasi, serta bimbingan dengan penuh kesabaran selama proses penyusunan tesis ini.
2. Ibu Ovalia, S.Pd, M.Si, Ph.D selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, kritik, masukan, serta saran yang konstruktif selama proses sidang dan penyempurnaan tesis ini. Penulis sangat menghargai setiap masukan yang diberikan sebagai bagian penting dalam memperbaiki kualitas penelitian ini.
3. Dr. Syahrul Effendi, S.E., M.M selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, kritik, masukan, serta saran yang konstruktif selama proses sidang dan penyempurnaan tesis ini. Berbagai pandangan dan evaluasi yang diberikan telah membantu penulis dalam memperkuat analisis dan menyempurnakan tesis ini.
4. PT XYZ beserta seluruh narasumber dan pihak perusahaan yang telah memberikan kesempatan, dukungan, serta data yang diperlukan sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.
5. Kedua orang tua tercinta, yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa, dukungan moral maupun material, serta menjadi sumber

semangat dan motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan pendidikan ini.

6. Untuk calon istri tercinta Apsari Dita Indah Rahayu, yang selalu memberikan doa, perhatian, pengertian, serta semangat penulis untuk . dukungan yang tidak pernah putus selama proses perkuliahan hingga penyusunan tesis ini.
7. Saudara-saudara penulis, yang selalu memberikan semangat, doa, dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan setiap tahapan penyusunan tesis ini.
8. Sahabat dan teman-teman, baik rekan perkuliahan maupun rekan kerja, yang telah memberikan bantuan, masukan, motivasi, serta menjadi tempat Dberdiskusi dan berbagi pengalaman selama proses penelitian dan penyusunan tesis.

Seluruh dosen Program Studi Manajemen Universitas Bakrie serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama masa studi maupun dalam penyelesaian tesis ini.

Akhir kata, penulis berharap Allah Subhanahu wa Ta'ala senantiasa membalas segala kebaikan yang telah diberikan oleh semua pihak. Semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen rantai pasok, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademi Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di

Bawah ini:

**Nama** : RAMA RIZQULLAH FAHRIZAL

**NIM** : 2231011062

**Program Studi** : Manajemen S2

**Jenis Tesis** : Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Persepsi Harga dan Kepuasan Konsumen pada Restoran Cepat Saji: Studi pada PT XYZ di Wilayah Jakarta Barat

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Persepsi Harga dan Kepuasan Konsumen pada Restoran Cepat Saji: Studi pada PT XYZ di Wilayah Jakarta Barat beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif di Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 28 Juli 2026

Yang Menyatakan



(RAMA RIZQULLAH FAHRIZAL)

**Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Persepsi Harga dan Kepuasan Konsumen pada Restoran Cepat Saji: Studi pada PT XYZ di Wilayah Jakarta Barat**

RAMA RIZQULLAH FAHRIZAL

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap persepsi harga dan kepuasan konsumen pada restoran cepat saji PT XYZ di wilayah Jakarta Barat, serta menguji peran persepsi harga sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *purposive sampling* terhadap 200 responden yang pernah melakukan pembelian di PT XYZ. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi harga dan kepuasan konsumen. Kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi harga dan kepuasan konsumen. Selanjutnya, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil pengujian mediasi menunjukkan bahwa persepsi harga mampu memediasi pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan dan kualitas produk yang diterima konsumen, semakin positif persepsi konsumen terhadap harga yang dibayarkan, sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi manajemen PT XYZ dalam meningkatkan kualitas layanan, mempertahankan kualitas produk, serta menciptakan persepsi harga yang sesuai dengan nilai yang dirasakan konsumen.

**Kata kunci:** Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kepuasan Konsumen, PLS-SEM

**Analysis of the Influence of Service Quality and Product Quality on Price Perception and Consumer Satisfaction in Fast-Food Restaurants: A Study of PT XYZ in the West Jakarta Area**

RAMA RIZQULLAH FAHRIZAL

**ABSTRACT**

This study aims to analyze the effects of service quality and product quality on price perception and customer satisfaction at PT XYZ fast-food restaurants in West Jakarta, as well as to examine the role of price perception as a mediating variable. This study employed a quantitative approach using purposive sampling involving 200 respondents who had previously made purchases at PT XYZ. Data were analyzed using the Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with the assistance of SmartPLS. The results show that service quality has a positive and significant effect on price perception and customer satisfaction. Product quality also has a positive and significant effect on price perception and customer satisfaction. Furthermore, price perception has a positive and significant effect on customer satisfaction. The mediation test results indicate that price perception mediates the effects of service quality and product quality on customer satisfaction. These findings indicate that better service and product quality lead to more positive consumer perceptions of the price paid, ultimately increasing customer satisfaction. This study is expected to provide useful input for PT XYZ management in improving service quality, maintaining product quality, and creating price perceptions that are consistent with the value perceived by consumers.

**Keywords:** Service Quality, Product Quality, Price Perception, Customer Satisfaction, PLS-SEM.

## DAFTAR ISI

|                                                                      |           |
|----------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                                           | <b>I</b>  |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                                              | <b>IX</b> |
| <b>DAFTAR TABLE.....</b>                                             | <b>XI</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                            | <b>XI</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                                       | <b>1</b>  |
| 1.1.    Latar Belakang .....                                         | 1         |
| 1.2.    Identifikasi Masalah.....                                    | 5         |
| 1.3.    Rumusan Masalah.....                                         | 7         |
| 1.4.    Tujuan Penelitian.....                                       | 7         |
| 1.5.    Manfaat Penelitian .....                                     | 8         |
| 1.5.1.    Manfaat Teoretis.....                                      | 8         |
| 1.5.2.    Manfaat Praktis.....                                       | 8         |
| <b>BAB II KAJIAN PUSAKA, KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS .....</b>      | <b>8</b>  |
| 2.1    Landasan Teori.....                                           | 9         |
| 2.1.1    Kualitas Layanan ( <i>Service Quality</i> ) .....           | 12        |
| 2.1.2    Kualitas Produk ( <i>Product Quality</i> ) .....            | 15        |
| 2.1.3    Persepsi Harga ( <i>Price Perception</i> ) .....            | 17        |
| 2.1.4    Kepuasan Konsumen ( <i>Customer Satisfaction</i> ) .....    | 20        |
| 2.2    Penelitian Terdahulu .....                                    | 22        |
| 2.3    Pengembangan Hipotesis .....                                  | 25        |
| 2.3.1.    Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Persepsi Harga.....     | 25        |
| 2.3.2.    Pengaruh Kualitas Produk terhadap Persepsi Harga.....      | 25        |
| 2.3.3.    Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen.....    | 26        |
| 2.3.4.    Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen ..... | 27        |
| 2.4    Kerangka Pemikiran Teoretis .....                             | 29        |
| 2.5    Hipotesis Penelitian .....                                    | 29        |
| <b>BAB III METODOLOGI.....</b>                                       | <b>31</b> |
| 3.1    Desain Penelitian .....                                       | 31        |
| 3.2    Objek Penelitian .....                                        | 31        |
| 3.3    Pendekatan Penelitian.....                                    | 31        |
| 3.4    Populasi.....                                                 | 32        |
| 3.5    Sampling .....                                                | 32        |
| 3.5.1    Teknik Pengambilan Sampel .....                             | 32        |

|                                                     |                                                                             |           |
|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.5.2                                               | Ukuran Sampel .....                                                         | 33        |
| 3.5.3                                               | Instrumen Penelitian.....                                                   | 33        |
| 3.5.4                                               | Metode Pengumpulan Data .....                                               | 34        |
| 3.5.5                                               | Prosedur Pengumpulan Data.....                                              | 34        |
| 3.5.6                                               | Tenaga Pengumpul Data .....                                                 | 34        |
| 3.5.7                                               | Jadwal Penelitian .....                                                     | 35        |
| 3.6                                                 | Operasionalisasi Variabel .....                                             | 35        |
| 3.7                                                 | Analisi data.....                                                           | 39        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b> |                                                                             | <b>41</b> |
| 4.1.                                                | Hasil Penelitian .....                                                      | 41        |
| 4.1.1.                                              | Outer Model.....                                                            | 42        |
| 4.1.2                                               | Inner Model .....                                                           | 53        |
| 4.1.3                                               | Signifikansi (Pengujian Hipotesis) .....                                    | 61        |
| 4.1.4                                               | Effect size ( $f^2$ ).....                                                  | 57        |
| 4.2.                                                | Pembahasan .....                                                            | 70        |
| 4.2.1.                                              | Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Persepsi Harga.....                      | 70        |
| 4.2.2.                                              | Pengaruh Kualitas Produk terhadap Persepsi Harga.....                       | 72        |
| 4.2.3.                                              | Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen.....                     | 76        |
| 4.2.4.                                              | Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen .....                  | 79        |
| 4.2.5.                                              | Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen .....                   | 82        |
| 4.2.6.                                              | Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen melalui Persepsi Harga | 85        |
| 4.2.7.                                              | Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen melalui Persepsi Harga  | 89        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>             |                                                                             | <b>93</b> |
| 5.1.                                                | Kesimpulan.....                                                             | 93        |
| 5.2.                                                | Saran.....                                                                  | 94        |
| 5.2.1.                                              | Saran bagi PT XYZ.....                                                      | 94        |
| 5.2.2.                                              | Saran bagi Peneliti Selanjutnya.....                                        | 96        |
| <b>DAFTAR PUSAKA .....</b>                          |                                                                             | <b>97</b> |

**DAFTAR TABLE**

|                                                                                     |                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| Table 2. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....                                     | 22                                  |
| Table 3. 1 Variabel Penelitian.....                                                 | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Table 3. 2 Operasionalisasi Variabel Penelitian .....                               | 36                                  |
| Tabel 4. 1 Hasil <i>Outer Loading</i> Uji <i>Convergent Validity</i> Tahap 1 .....  | 44                                  |
| Tabel 4. 2 Hasil <i>Outer Loading</i> Uji <i>Convergent Validity</i> Tahap 2.....   | 45                                  |
| Tabel 4. 3 Hasil AVE Uji <i>Convergent Validity</i> .....                           | 46                                  |
| Tabel 4. 4 Hasil <i>Cross Loading</i> Uji <i>Discriminant Validity</i> Tahap 1..... | 50                                  |
| Tabel 4. 5 Nilai Cronbach's Alpha .....                                             | 51                                  |
| Tabel 4. 6 Nilai Composite reliability .....                                        | 53                                  |
| Tabel 4. 7 Hasil Uji R Square ( $R^2$ ).....                                        | 54                                  |
| Tabel 4. 8 Hasil Q2 .....                                                           | 55                                  |
| Tabel 4. 9 Hasil uji effect size ( $f^2$ ) .....                                    | 58                                  |
| Tabel 4. 10 Hasil Path Coefficient Bootstrapping direct effect .....                | 63                                  |
| Tabel 4. 11 Hasil <i>Path Coefficient Bootstrapping Indirect effect</i> .....       | 67                                  |

**DAFTAR GAMBAR**

|                                                                                 |    |
|---------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Pertumbuhan Industri makanan & Minuman Indoensia .....               | 1  |
| Gambar 1.2 Pertumbuhan Outlet Fast Food (Indonesia).....                        | 2  |
| Gambar 1.3 Rating Google Review All Outlet PT XYZ di Wilayah Jakarta Barat..... | 3  |
| Gambar 2. 1 Model Kerangka Pemikiran Penelitian .....                           | 29 |
| Gambar 4. 1 Model Latent Variable Penelitian.....                               | 41 |
| Gambar 4. 2 Model Konseptual Penelitian .....                                   | 42 |
| Gambar 4. 3 Output model PLS SEM Algorithm .....                                | 55 |