

**UNIVERSITAS SURABAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI**

---

**ABSTRAKSI SKRIPSI**

Nama : LODEWYK ALBERTHUS .G  
Nomor pokok : 3932040  
Nirm : 93.7.004.13021.21004  
Jurusan : MANAJEMEN  
JUDUL : *PENGARUH CUSTOMER VALUE  
TERHADAP CUSTOMER  
SATISFACTION PADA  
RESTORAN FAST FOOD  
McDONALD'S DI PLASA  
SURABAYA.*

Waralaba (*franchise*) merupakan salah satu cara bisnis yang tumbuh sangat pesat pada tahun 1990-an. Waralaba menjadi populer karena mampu memberikan kesempatan bagi calon wirausaha baru yang tidak memiliki pengalaman untuk menjalankan suatu usaha dengan tingkat keberhasilan yang tinggi. Oleh sebab itu waralaba diakui sebagai cara yang cukup efektif untuk mengembangkan kewirausahawan. ✓

Waralaba adalah suatu cara untuk melakukan kegiatan usaha yang didasarkan pada hubungan yang berkesinambungan antara yang memberi waralaba (*franchisor*) dan dengan penerima waralaba (*franchisee*). Hubungan ini meliputi sistem distribusi, dimana seorang penerima waralaba diperkenankan mengelola usahanya sendiri sambil memanfaatkan jaringan sistem distribusi milik pemberi waralaba. Pemberi waralaba secara terus menerus melakukan pengawasan atas pelaksanaan kegiatan usaha yang dijalankan oleh penerima waralaba.

Hal yang paling menonjol pada era tahun 1990-an ini adalah membanjirnya kehadiran waralaba asing yang mengelola restoran makanan siap saji (*fast food*). Perkembangan waralaba yang terlihat dominan dibidang makanan ini dianggap berkaitan erat dengan peningkatan taraf hidup dan perubahan gaya hidup dari pelanggan yang menginginkan segala sesuatu dilakukan dengan cepat dan praktis termasuk dalam hal makanan. Salah satu restoran makanan siap saji (*fast food*) yang menggunakan sistem waralaba di Indonesia adalah McDonald's. McDonald's adalah nama yang tidak asing bagi pelahap makanan *fast food* sekaligus restoran waralaba paling ngetop didunia.

Setiap waralaba McDonald's harus memiliki sistem berstandar tinggi yang mengikuti aturan main yang telah ditetapkan oleh pusat yang berada di Amerika Serikat yaitu McDonald's QSCV yang memperhatikan pada *service, quality, cleanliness* dan *Value*. Hal inilah yang membuat McDonald's sukses . Di Kota Surabaya sendiri, restoran *fast food*

McDonald's telah berhasil mendirikan 5 (lima) outlet yang berlokasi ditempat – tempat strategis yaitu pada pusat perbelanjaan dan diantaranya menyediakan area bermain (*play land*) bagi anak – anak. Ke-5 (lima) outlet restoran *fast food* McDonald's tersebut berada di Plasa Surabaya, Plasa Tunjungan, Mal Galaxy, Plasa Sinar Fontana, dan Plasa Jembatan Merah.

Menu utama restoran *fast food* McDonald's adalah burger yang terdiri dari berbagai jenis dan variasi produk lainnya seperti *dessert*, *beverages*, *Ice Cream Cone*, dan *Milk Shake*. McDonald's juga menawarkan paket hemat, paket nasi, paket khusus dan *happy meal* dengan mainan – mainannya. Bagi para pelanggan yang ingin mengadakan pesta ulang tahun di McDonald's akan disediakan fasilitas yang cukup lengkap. Disediakan juga ruangan yang sejuk pada saat menikmati makanan, menyediakan *play land* yaitu tempat bermain bagi anak – anak agar suka dan selalu ingin pergi ke McDonald's, selain itu terdapat tokoh yaitu Ronald McDonald's yang sangat dikenal sebagai badut.

Berdasarkan beberapa hal tersebut diatas serta berdasarkan sigi awal yang telah dilakukan, yaitu melakukan *questioning* untuk tanggapan responden terhadap pernyataan *customer value* pada restoran *fast food* McDonald's di Plasa Surabaya dan tanggapan responden terhadap pernyataan *customer satisfaction* pada restoran *fast food* McDonald's di Plasa Surabaya, maka tujuan yang akan dicapai dari penulisan ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh *customer value* terhadap *customer satisfaction* pada restoran *fast food* McDonald's di Plasa Surabaya.

Teknik pengambilan sampel untuk mendapatkan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *non probability sampling*, hal ini disebabkan karena peluang dari unit-unit populasi yang dipilih tidak diketahui. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *quota sampling* dimana sampel yang akan diteliti terlebih dahulu ditentukan karakteristiknya. Karakteristik sampel yang digunakan adalah sama dengan

karakteristik target populasi yang telah ditetapkan. Aras yang dipakai disini adalah aras interval yaitu merupakan pengukuran yang mempunyai segala sifat nominal dan ordinal serta memiliki jarak yang sama untuk kedua angka pada skala. Sedangkan skala pengukuran yang dipakai adalah *semantic differential adjective scale* dengan jenis monopolar. Skala pengukuran jenis ini memiliki skala 1 sampai 7, Jawaban dengan nilai yang semakin besar menunjukkan penilaian yang semakin positif terhadap pernyataan yang diberikan. Jawaban dengan nilai yang semakin kecil menunjukkan penilaian yang semakin negatif terhadap pernyataan yang diberikan.

Data – data yang diperoleh untuk penelitian ini bersumber dari data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner sebanyak 100 lembar kepada responden restoran *fast food* McDonald's di Plasa Surabaya yang sesuai dengan karakteristik populasi yang telah ditetapkan. Dari 100 kuesioner yang disebarakan kepada para responden yang berada di restoran *fast food* McDonald's di Plasa Surabaya, hanya 75 lembar kuesioner saja yang layak untuk diikutsertakan dalam penelitian ini. Waktu penelitian untuk penulisan skripsi ini adalah sekitar awal bulan Juni 1999 sampai pada pertengahan bulan Agustus 1999.

Berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *customer value* dan *customer satisfaction* pada restoran *fast food* McDonald's di Plasa Surabaya. Hal ini berarti hipotesis kerja dari penelitian ini adalah diterima. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi yaitu sebesar 0,879.

Selain itu, diketahui bahwa secara keseluruhan responden telah memperoleh nilai (*customer value*) yang tinggi, hal ini dapat dilihat dari hasil rata - rata tanggapan responden secara keseluruhan terhadap *customer value* pada restoran *fast food* McDonald's di Plasa Surabaya sebesar 4,642.

Selain itu dapat diketahui pula bahwa secara keseluruhan responden telah memperoleh kepuasan (*customer satisfaction*) yang tinggi pula. Hal ini dapat dilihat dari hasil rata – rata tanggapan responden secara keseluruhan terhadap *customer satisfaction* pada restoran *fast food* McDonald's di Plasa Surabaya sebesar 4,67.

Koefisien determinasi ( $r^2$ ) yang dihasilkan sebesar 0,797 (79,7 %), artinya bahwa *customer satisfaction* pada restoran *fast food* McDonald's di Plasa Surabaya dijelaskan oleh *customer value* sebesar 79,7% dan sisanya sebesar 20,3% dijelaskan oleh faktor – faktor yang lain seperti misalnya faktor merek.

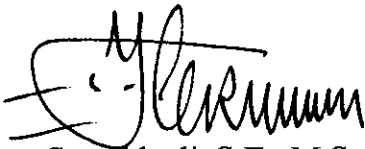
Surabaya, 28 September 1999.



Lodewyk Alberthus .G

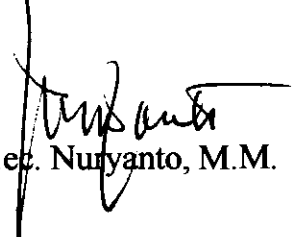
Mengetahui

Pembimbing I



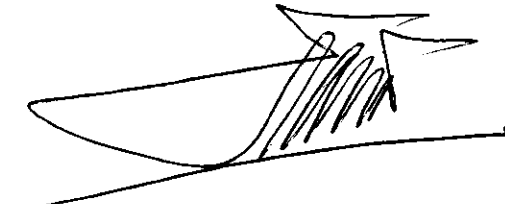
Heru Suprihhadi, S.E., M.S.

Pembimbing II



Drs.ec. Nuryanto, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi



Drs. ec. Frits A. Martin Faah, M.Si.