

**SKRIPSI**  
***SERVICE QUALITY, FOOD QUALITY, PERCEIVED***  
***VALUE, PERCEIVED PRICE* SEBAGAI PREDIKTOR**  
**TERHADAP *CONSUMER SATISFACTION* PADA**  
**RESTORAN MARCO SEAFOOD CABANG**  
**GREENVILLE DI JAKARTA BARAT**



**DIAJUKAN OLEH :**

**NAMA: VIONY**

**NIM: 115160439**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT**  
**GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**  
**JAKARTA**  
**2020**

**SURAT PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Viony  
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115160439  
Program Studi : S.1 Jurusan Manajemen

Dengan ini saya menyatakan, apakah dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebutkan sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 2 Juni 2020

  
Nama Lengkap Mahasiswa

**Catatan:**

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JAKARTA**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

NAMA : VIONY  
NO. MAHASISWA : 115160439  
JURUSAN : S-1/ MANAJEMEN  
BIDANG KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : *SERVICE QUALITY, FOOD QUALITY,  
PERCEIVED VALUE, PERCEIVED PRICE,*  
SEBAGAI PREDIKTOR TERHADAP  
*CONSUMER SATISFACTION* PADA RESTORAN  
MARCO SEAFOOD CABANG GREENVILLE DI  
JAKARTA BARAT.

Jakarta, 2 Juli 2020



Pembimbing,  
(Tommy Setiawan Ruslim S.E., M.M.)

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
JAKARTA**

**HALAMAN TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : VIONY  
  
NIM : 115160439  
  
Program Studi : S1 MANAJEMEN

**Judul Skripsi**

*Service quality, food quality, perceived value, perceived price* sebagai prediktor terhadap *consumer satisfaction* pada restoran Marco Seafood cabang Greenville di Jakarta Barat

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 7 juli 2020

Dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua : Dr. KENI, SE., MM
2. Anggota 1 : TOMMY S. RUSLIM, SE., MM
3. Anggota 2 : Dra. KURNIATI W. ANDANI, MM

Jakarta 12 juli 2020



## ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JAKARTA

- (A) VIONY (115160439)
- (B) *SERVICE QUALITY, FOOD QUALITY, PERCEIVED VALUE, PERCEIVED PRICE* SEBAGAI PREDIKTOR TERHADAP *CONSUMER SATISFACTION* PADA RESTORAN MARCO SEAFOOD CABANG GREENVILLE DI JAKARTA BARAT
- (C) XVII+ 110 halaman, 2020, tabel 35, gambar 10, lampiran 5
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) **Abstract:** *The purpose of this study was to examine the variables of service quality, food quality, perceived value, perceived price, as predictors of consumer satisfaction at Marco Seafood Greenville branch in West Jakarta. The population in this study is Marco Seafood consumers. The sample is 120 respondents with a questionnaire using convenience sampling techniques and SPSS. The results of this study indicate that service quality, food quality, perceived value, and perceived price are significant positive predictors of consumer satisfaction of Marco Seafood Greenville branch consumers in West Jakarta.*  
*Abstract:* Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji variabel *service quality, food quality, perceived value, perceived price*, sebagai prediktor terhadap *consumer satisfaction* pada Marco Seafood cabang Greenville di Jakarta Barat. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Marco Seafood. Sampel adalah 120 responden dengan kuesioner menggunakan teknik *convenience sampling* dan SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *service quality, food quality, perceived value, dan perceived price* merupakan prediktor positif signifikan terhadap *consumer satisfaction* konsumen Marco Seafood cabang Greenville di Jakarta Barat.
- (F) Kata kunci: *service quality, food quality, perceived value, perceived price, consumer satisfaction.*
- (G) Daftar bacaan 49 (1996-2017)
- (H) Tommy Setiawan Ruslim S.E., M.M.

## ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JAKARTA

- (I) VIONY (115160439)
- (J) *SERVICE QUALITY, FOOD QUALITY, PERCEIVED VALUE, PERCEIVED PRICE* SEBAGAI PREDIKTOR TERHADAP *CONSUMER SATISFACTION* PADA RESTORAN MARCO SEAFOOD CABANG GREENVILLE DI JAKARTA BARAT
- (K) XVII+ 110 halaman, 2020, tabel 35, gambar 10, lampiran 5
- (L) MANAJEMEN PEMASARAN
- (M) **Abstract:** *The purpose of this study was to examine the variables of service quality, food quality, perceived value, perceived price, as predictors of consumer satisfaction at Marco Seafood Greenville branch in West Jakarta. The population in this study is Marco Seafood consumers. The sample is 120 respondents with a questionnaire using convenience sampling techniques and SPSS. The results of this study indicate that service quality, food quality, perceived value, and perceived price are significant positive predictors of consumer satisfaction of Marco Seafood Greenville branch consumers in West Jakarta.*  
*Abstract:* Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji variabel *service quality, food quality, perceived value, perceived price*, sebagai prediktor terhadap *consumer satisfaction* pada Marco Seafood cabang Greenville di Jakarta Barat. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Marco Seafood. Sampel adalah 120 responden dengan kuesioner menggunakan teknik *convenience sampling* dan SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *service quality, food quality, perceived value, dan perceived price* merupakan prediktor positif signifikan terhadap *consumer satisfaction* konsumen Marco Seafood cabang Greenville di Jakarta Barat.
- (N) Kata kunci: *service quality, food quality, perceived value, perceived price, consumer satisfaction.*
- (O) Daftar bacaan 49 (1996-2017)
- (P) Tommy Setiawan Ruslim S.E., M.M.