

**PENGARUH NILAI UTILITARIAN DAN NILAI HEDONIK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DAN NIAT BERPERILAKU
(Studi pada Konsumen Restoran Holycow Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF UTILITARIAN VALUE AND HEDONIC VALUE ON
CUSTOMER SATISFACTION AND BEHAVIORAL INTENTIONS
(Study on Customer Holycow Restaurant Yogyakarta)***

SKRIPSI

Diajukan Guma Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh

Mukhtar Bayu Prabowo

20130410132

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2017

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Mukhtar Bayu Prabowo

Nomor Mahasiswa : 20130410159

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“Pengaruh Nilai Utilitarian dan Nilai Hedonik Terhadap Kepuasan Konsumen dan Niat Berperilaku (Studi Pada Konsumen Restoran Holycow Yogyakarta)”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila pernyataan dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta,
Tanggal 28 Desember 2016

Mukhtar Bayu Prabowo

MOTTO

“Dan janganlah kamu berputus asa daripada rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus asa daripada rahmat Allah melainkan orang-orang yang kufur.”

(Q.S. Yusuf: 87)

*Cara untuk menjadi di depan adalah memulai dari sekarang
Jika memulai dari sekarang, tahun depan anda akan tahu banyak hal yang
sekarang tidak diketahui*

Dan anda tak akan mengetahui masa depan jika anda menunggu-nunggu

(Nabi Muhammad SAW)

*Bukan urusan kita membuat seisi bumi menjadi seragam. Tugas kita hidup
nyaman, damai, bahagia, dengan perbedaan tersebut.*

(pandji pragiwaksono)

*Salah dan benar selalu punya dua mata sisi. Salah dan benar dimatamu, tidak
selalu salah dan benar dimataku.*

(Glenn Fredly)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini Kupersembahkan untuk:

MY BELOVED FAMILY

Orang tua,

Untuk Mamah dan Papah

Le Travail Crew

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PENYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
INTISARI	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A . Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A.Landasan Teori	10
1. <u>Teori Motivasi</u>	10
2. <u>Nilai Utilitarian dan Nilai Hedonik</u>	14
3. <u>Kepuasan Konsumen</u>	21
4. Niat Berperilaku	25
5. Restoran	28
B. Hasil penelitian Terdahulu	31
C. Hipotesis Penelitian	32
D. Model Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
A.Objek dan Subjek Penelitian	38
B. Jenis Data	39
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	39
D. Teknik Pengumpulan Data	40
E. Definisi Operasional Variabel	41
1. Definisi Variabel.....	41
2. Pengukuran Variabel	43
F. Uji Kualitas Instrumen.....	44
1. Uji Validitas.....	44
2. Uji Reabilitas	45
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data	45
1. Analisis Deskriptif	45
2. Analisis SEM	46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
A. Gambaran Umum ObjekSubjek Penelitian	54
B. Analisis Deskriptif.....	54
C. Analisis SEM	61
D. Pembahasan	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran	85
C. Keterbatasan Penelitian	86
Daftar Pustaka	
Lampiran	

DAFTAR TABEL

1.1. Daftar Peringkat Steakhouse di Yogyakarta	5
3.1. Indikator Penelitian	42
4.1. Analisis Deskriptif Profil Responden	54
4.2 Hasil Uji Validitas	57
4.3. Hasil Uji Reabilitas	58
4.4. Statistik Deskriptif Nilai Utilitarian	58
4.5. Statistik Deskriptif Nilai Hedonik	59
4.6. Statistik Deskriptif Kepuasan Konsumen	60
4.7. Statistik Deskriptif Niat Berperilaku.....	60
4.8. Uji Mahalanobis	63
4.9. Uji Normalitas	64
4.10. Output Regresion Weight	67
4.11. Uji Hipotesis	67
4.12. Standarized Direct Effects	69
4.13. Standarized Indirect Effects	69
4.15. Pengujian Notes for Model	71
4.16. Hubungan antara Instrumen dengan Variabel	72
4.17. Pengujian Hasil Goodness of fit	73
4.18. Hasil Uji Goodness of fit Indeks	75

DAFTAR GAMBAR

2.1. Model Motivasi	12
2.2. Model Penelitian	36
4.1. Diagram Jalur	62
4.2. Model Penelitian pada Hipotesis	66
4.3. Model Diagram Setelah di Modifikasi Model	75