

PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MCDONALD'S SINGARAJA

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1)
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA
2026**



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSR - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSR
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSRé - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSRé
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.



**Balai Besar
Sertifikasi
Elektronik**

SKRIPSI

DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN



Menyetujui

Pembimbing I	Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si. NIP.197611102014042001
Pembimbing II	Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M. NIP.198309212015041001



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSrE
- Cetakn dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.



**Balai Besar
Sertifikasi
Elektronik**

Skripsi oleh GEBBY HERLYANA ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 30 Juni 2026

Dewan Penguji

Ketua	Nyoman Teja Adiastra, S.Ds., M.M. NIP.199402142024061001
Anggota	Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si. NIP.197611102014042001
Anggota	Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M. NIP.198309212015041001



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSRé - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSRé
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.



Balai Besar
Sertifikasi
Elektronik

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen

Menyetujui

Ketua Ujian	Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si. NIP.196810291993032001
Sekretaris Ujian	Made Amanda Dewanti, S.E.,M.M NIP.199106072020122017



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSrE
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.

PERYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul **“Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada McDonald’s Singaraja”** beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara- cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.



KATA PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas anugrah dan karunia yang telah diberikan, sehingga skripsi ini yang saya buat dapat terselesaikan dengan tepat waktu.

Kepada dosen pembimbing I Ibu Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi. S.E., M.Si. dan pembimbing II Bapak Dr. Komang Krisna Heryanda S.E., M.M yang dengan penuh kesabaran hati memberikan bimbingan, pengarahan, saran, masukan, dan motivasi yang bermanfaat selama penyelesaian skripsi.

Kepada permata hati, laksana surgaku Bapak Heriyanto dan Ibu Alina yang telah memberikan doa, motivasi, nasihat, kepercayaan, cinta dan kasih sayang yang berlimpah ruah yang tiada henti demi kesuksesan dan kebahagiaan saya, yang tidak akan pernah bisa tergantikan.

Kepada saudara yang tiada hentinya memberikan semangat dan dorongan moral serta doa-doa dalam menyelesaikan studi dan skripsi ini serta selalu ada disaat saya dalam kondisi senang dan sedih.

Kepada teman-teman seperjuangan dan senasib kesayanganku yang telah mendengarkan keluh kesah serta selalu memberikan semangat dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.

-Terimakasih-

MOTTO

"In a world where you can be anything, be kind."

*"The world must be a better place for your presence. And the good that is in you
must be spread to others."
4 Gordon B. Hinckley4*



PRAKATA

Puji syukur penyusun panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmatnya lah, penulis dapat Menyusun skripsi yang berjudul "**Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada McDonald9s Singaraja**". Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana manajemen pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M. Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E. Ak, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi atas motivasi dan fasilitas yang diberikan sehingga penulis bisa menyelesaikan studi sesuai dengan rencana
3. Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A., selaku Ketua Jurusan Manajemen atas motivasi yang diberikan dalam menyelesaikan skripsi ini
4. Made Amanda Dewanti. SE, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha
5. Dr. Fridayana Yudiaatmaja, M.Sc., selaku Pembimbing Akademik yang memberikan arahan kegiatan akademik selama menjadi mahasiswa jurusan Manajemen
6. Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si. selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, petunjuk dan motivasi penulis dalam penyelesaian skripsi ini

7. Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M., selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, petunjuk dan motivasi penulis dalam penyelesaian skripsi ini
8. Bapak dan Ibu Dosen Manajemen yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan
9. Kepada Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku-buku yang dibutuhkan selama penyusunan skripsi ini
10. Kepada Kedua Orang Tua (Alm. Heriyanto dan Alina), saudara-saudara dan keluarga penulis yang tiada henti memberikan semangat, kasih sayang, doa, dukungan, serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Teruntuk sahabat seperjuangan yang senantiasa ikut memberikan semangat serta membantu dalam proses penyusunan skripsi ini
12. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah membantu penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Untuk itu demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan segala kritik maupun saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan dunia pendidikan.

Singaraja, 19 Mei 2026

Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
ABSTRAK	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Batasan Masalah	10
1.4 Rumusan Masalah	10
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN TEORI.....	12
2.1 Kepuasan Pelanggan	12
2.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	12
2.1.2 Dimensi Kepuasan Pelanggan	15
2.1.3 Indikator Kepuasan Pelanggan	15
2.2 Kepercayaan Merek	16
2.2.1 Pengertian Kepercayaan Merek	16
2.2.2 Dimensi Kepercayaan Merek	16
2.2.3 Indikator Kepercayaan Merek	17
2.3 Kualitas Pelayanan	18
2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	18
2.3.2 Indikator Kualitas Pelayanan.....	19
2.4 Kajian Penelitian Terdahulu.....	20
2.5 Hubungan Antar Variabel	23
2.5.1 Hubungan Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	23
2.5.2 Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	24

2.5.3 Hubungan Kepercayaan Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	25
2.6 Kerangka Berfikir	26
2.7 Hipotesis Penelitian.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Rancangan Penelitian	28
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	28
3.2.1 Subjek Penelitian	28
3.2.2 Objek Penelitian.....	29
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	29
3.4 Definisi Operasional dan Variabel Penelitian	30
3.5 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data.....	32
3.5.1 Metode Pengumpulan Data	32
3.5.2 Instrumen Pengumpulan Data.....	32
3.6 Metode dan Teknik Analisis data.....	35
3.6.1 Uji Asumsi Klasik	36
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	37
3.7 Pengujian Hipotesis.....	38
3.7.1 Uji F (Uji Simultan).....	38
3.7.2 Uji T (Uji Parsial).....	39
3.7.3 Koefisien Determinasi (R^2)	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Deskripsi Data.....	42
4.1.1 Gambaran Umum Responden.....	42
4.1.2 Karakteristik Responden.....	43
4.1.3 Statistik Deskriptif.....	44
4.1.4 Deskriptif Data Kepercayaan Merek	47
4.1.6 Deskriptif Data Kepuasan Pelanggan	49
4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	50

4.2.1 Uji Normalitas	50
4.2.2. Uji Multikolinieritas.....	51
4.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	52
4.3 Hasil Analisis Linier Berganda	54
4.4 Pengujian Hipotesis.....	55
4.4.1 Uji F(Simultan).....	55
4.4.2 Uji T(Parsial)	56
4.4.3 Koefisien Determinasi (R ²).....	57
4.5. Pembahasan Hasil Penelitian	58
4.5.1 Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan McDonalds Singaraja	58
4.5.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan McDonalds Singaraja	61
4.5.3 Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	64
4.6 Keterbatasan Penelitian.....	66
4.7 Implikasi.....	67
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	70
5.1 Simpulan	70
5.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Index.....	3
Tabel 2. 1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3. 1 Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	31
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas.....	34
Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas.....	35
Tabel 4. 1 Rincian Pengiriman dan Pengambilan Kuesioner.....	42
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4. 4 Kriteria Skor Variabel Penelitian.....	45
Tabel 4. 5 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	45
Tabel 4. 6 Deskripsi Kepercayaan Merek.....	47
Tabel 4. 7 Deskripsi Data Kualitas Pelayanan.....	48
Tabel 4. 8 Deskripsi Data Kepuasan Pelanggan.....	49
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikoloniaritas.....	52
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	53
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Linier Berganda.....	54
Tabel 4. 12 Hasil Uji F (Simultan).....	55
Tabel 4. 13 Hasil Uji T (Uji Parsial).....	56
Tabel 4. 14 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Top Brand Index.....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	26
Gambar 4. 1 Grafik Normal P-Plots of Regression Standardized Residual	51

