

TUGAS AKHIR

ANALISIS PENGARUH *INTERACTION QUALITY, PHYSICAL ENVIRONMENT QUALITY, OUTCOME QUALITY* TERHADAP *PERCEIVED VALUE DAN CORPORATE IMAGE* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* DALAM UPAYA MENINGKATKAN *BEHAVIORAL INTENTIONS* PADA WAJIB PAJAK KANTOR PELAYANAN “X” DI SIDOARJO

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata

Oleh :

NAMA : INTAN FILDZAH WIJAYATI
NPM : 01120150081



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
SURABAYA
2018**



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

IDENTITAS TIM PENGUJI

Judul : ANALISIS PENGARUH *INTERACTION QUALITY, PHYSICAL ENVIRONMENT QUALITY, OUTCOME QUALITY* TERHADAP *PERCEIVED VALUE DAN CORPORATE IMAGE* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* DALAM UPAYA MENINGKATKAN *BEHAVIORAL INTENTIONS* PADA WAJIB PAJAK KANTOR PELAYANAN “X” DI SIDOARJO

Nama Mahasiswa : Intan Fildzah Wijayati
NPM : 01120150081
Jurusan : Manajemen
Peminatan : Bisnis Internasional

TIM PEMBIMBING

Pembimbing 1 : Dr. Ronald S.T., M.M.
Pembimbing 2 : Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M.

TIM PENGUJI

Ketua Tim Penguji : Dr. Ronald S.T., M.M.
Sekretaris : Dr. Oliandes Sondakh S.E., M.M.
Anggota : Yanuar Dananjaya B.Sc., M.M.



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Saya mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya,

Nama Mahasiswa : Intan Fildzah Wijayati

Nomor Pokok Mahasiswa : 01120150081

Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa karya tugas akhir yang saya buat dengan judul **“ANALISIS PENGARUH INTERACTION QUALITY, PHYSICAL ENVIRONMENT QUALITY, OUTCOME QUALITY TERHADAP PERCEIVED VALUE DAN CORPORATE IMAGE MELALUI CUSTOMER SATISFACTION DALAM UPAYA MENINGKATKAN BEHAVIORAL INTENTIONS PADA WAJIB PAJAK KANTOR PELAYANAN “X” DI SIDOARJO”**

adalah:

- 1) Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan dan buku – buku serta jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.
- 2) Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapat gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
- 3) Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini batal.

Surabaya, 3 Agustus 2018

Yang membuat pernyataan



(Intan Fildzah Wijayati)



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR
ANALISIS PENGARUH *INTERACTION QUALITY, PHYSICAL ENVIRONMENT QUALITY, OUTCOME QUALITY* TERHADAP *PERCEIVED VALUE* DAN *CORPORATE IMAGE* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* DALAM UPAYA MENINGKATKAN *BEHAVIORAL INTENTIONS* PADA WAJIB PAJAK KANTOR *PELAYANAN "X" DI SIDOARJO*

Oleh:

Nama : Intan Fildzah Wijayati
NPM : 01120150081
Jurusan : Manajemen

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam ujian komprehensif guna mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya

Surabaya 3 Agustus 2018

Menyetujui:

Pembimbing Utama



Dr. Ronald S.T., M.M.

Co- Pembimbing Supervisor



Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M.





UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada Jumat, 21 September 2018 telah diselenggarakan ujian komprehensif untuk memenuhi sebagai persyaratan akademik guna mencapai Gelar Sarjana Strata Satu Ekonomi Fakultas Jurusan Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya atas nama:

Nama	: Intan Fidzah Wijayati
NPM	: 01120150081
Jurusan	: Manajemen

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul “**ANALISIS PENGARUH INTERACTION QUALITY, PHYSICAL ENVIRONMENT QUALITY, OUTCOME QUALITY TERHADAP PERCEIVED VALUE DAN CORPORATE IMAGE MELALUI CUSTOMER SATISFACTION DALAM UPAYA MENINGKATKAN BEHAVIORAL INTENTIONS PADA WAJIB PAJAK KANTOR PELAYANAN “X” DI SIDOARJO**” oleh tim penguji yang terdiri dari:

Dewan Penguji	Status	Tanda tangan
Dr. Ronald S.T., M.M.	sebagai Ketua Penguji, Pembimbing	
Dr. Oliandes Sondakh, S.E., M.M.	sebagai Penguji	
Yanuar Dananjaya B.Sc., M.M.	sebagai Penguji	

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang terus memberikan hikmat dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Ekonomi di Universitas Pelita Harapan Surabaya ini.

Penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahan dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaiannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M., selaku dosen pembimbing pertama yang telah membantu banyak hal dalam selama perkuliahan yang begitu besar serta memberikan dorongan yang begitu tinggi kepada penulis dari awal hingga penelitian ini dapat diselesaikan.
2. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M., selaku pembimbing akademik yang membantu dan mencurahkan perhatian begitu besar selama berkuliahan di UPH Surabaya, serta selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu dan memberikan nasehat serta arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
3. Ibu Dr. Oliandes Sondakh S.E., M.M., selaku dosen penguji pertama yang turut memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.
4. Bapak Yanuar Dananjaya B.Sc., M.M., selaku dosen penguji kedua yang turut membantu penulis dalam memberi masukan.

5. Keluarga penulis, Ayah M. Dian Wijaya, Ibu Lesti Christiana, dan Adik Genta Putra Wilana yang senantiasa mendoakan, memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan penelitian ini tepat waktu.
6. Keluarga besar dari Surabaya dan Bogor yang telah banyak mendoakan dan memberikan dukungan dalam penelitian ini.
7. Saudara penulis yaitu Imas dan Keken yang selalu memberikan semangat untuk penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
8. Teman-teman penulis Katherine, Veronika, Steven A, J.O dan C.K yang telah banyak membantu memberikan semangat dalam penyelesaian penelitian ini.
9. Teman *fangirl* halu selama perkuliahan Sela K. H., Nella R. dan Sheren D. yang selalu dapat membangkitkan semangat, memberikan motivasi, hiburan, canda tawa dan memberikan pengalaman yang berbeda sehingga penulis dapat melalui masa – masa sulit dalam menyelesaikan penelitian ini.
10. 2PM dan Wanna One yang menjadi penyemangat dan inspirasi penulis secara tidak langsung dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang membantu, meluangkan waktu dan tenaga dalam membantu penulis menyelesaikan penelitian ini.
12. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekaligus. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 3 Agustus 2018

Intan Fildzah Wijayati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN IDENTITAS TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iv
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN IDENTITAS TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan Masalah	11
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	13
1.5.1 Manfaat Teoritis	13
1.5.2 Manfaat Praktis	14
1.6 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	16
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 <i>Service Quality</i>	16
2.1.2 <i>Interaction Quality</i>	17
2.1.3 <i>Physical Environment Quality</i>	18
2.1.4 <i>Outcome Quality</i>	19
2.1.5 <i>Perceived Value</i>	21
2.1.6 <i>Corporate Image</i>	22

2.1.7 <i>Customer Satisfaction</i>	24
2.1.8 <i>Behavioral Intentions</i>	25
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Pengembangan Hipotesis	31
2.3.1 Pengaruh <i>Interaction Quality</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	31
2.3.2 Pengaruh <i>Physical Environment Quality</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	31
2.3.3 Pengaruh <i>Outcome Quality</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	32
2.3.4 Pengaruh <i>Interaction Quality</i> terhadap <i>Corporate Image</i>	32
2.3.5 Pengaruh <i>Physical Environment Quality</i> terhadap <i>Corporate Image</i>	33
2.3.6 Pengaruh <i>Outcome Quality</i> terhadap <i>Corporate Image</i>	33
2.3.7 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	34
2.3.8 Pengaruh <i>Corporate Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	34
2.3.9 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Behavioral Intentions</i>	35
2.4 Model Penelitian	35
2.5 Bagan Alur Berpikir.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Populasi dan Sampel	37
3.2.1 Populasi.....	37
3.2.2 Sampel.....	38
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	39
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	42
3.5 Metode Analisis Data.....	43
3.5.1 Uji Reliabilitas	52
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum Samsat Sidoarjo Di Sidoarjo	53
4.2 Analisis Data	54
4.2.1 Statistik Deskriptif	54
4.2.1.1 Karakteristik Responden.....	54
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.2.1.4 Tanggapan Responden	57

4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel	64
4.2.2.1 Penjelasan Responden terhadap <i>Interaction Quality</i>	65
4.2.2.2 Penjelasan Responden terhadap <i>Physical Environment Quality</i>	66
4.2.2.3 Penjelasan Responden terhadap <i>Outcome Quality</i>	67
4.2.2.4 Penjelasan Responden terhadap <i>Perceived Value</i>	68
4.2.2.5 Penjelasan Responden terhadap <i>Corporate Image</i>	69
4.2.2.6 Penjelasan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	71
4.2.2.7 Penjelasan Responden terhadap <i>Behavioral Intentions</i>	72
4.2.3 Hasil Pengujian Kualitas Data	73
4.2.3.1 Evaluasi Normalitas Data	75
4.2.3.2 Evaluasi <i>Outliers</i>	76
4.2.3.2.1 <i>Univariate Outliers</i>	76
4.2.3.2.2 <i>Mulitivariate Outliers</i>	77
4.2.3.3 Evaluasi <i>Multicollinearity</i> dan <i>Singularity</i>	78
4.2.3.4 Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>)	78
4.2.3.4.1 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen	79
4.2.3.4.2 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen.....	80
4.2.3.5 Analisis <i>Full Structural Equation Modeling</i>	82
4.2.3.6 Uji <i>Reliability</i>	84
4.2.4 Hasil Pengujian Hipotesis	85
4.2.4.1 Pengujian Hipotesis 1 (H_1).....	86
4.2.4.2 Pengujian Hipotesis 2 (H_2).....	86
4.2.4.3 Pengujian Hipotesis 3 (H_3).....	87
4.2.4.4 Pengujian Hipotesis 4 (H_4).....	88
4.2.4.5 Pengujian Hipotesis 5 (H_5).....	88
4.2.4.6 Pengujian Hipotesis 6 (H_6).....	89
4.2.4.7 Pengujian Hipotesis 7 (H_7).....	89
4.2.4.8 Pengujian Hipotesis 8 (H_8).....	90
4.2.4.9 Pengujian Hipotesis 9 (H_9).....	90
4.3 Pembahasan.....	91
BAB V KESIMPULAN	112
5.1 Simpulan	105

5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis.....	105
5.1.1.1 Pengaruh <i>Interaction Quality</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	105
5.1.1.2 Pengaruh <i>Physical Environment Quality</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	106
5.1.1.3 Pengaruh <i>Outcome Quality</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	106
5.1.1.4 Pengaruh <i>Interaction Quality</i> terhadap <i>Corporate Image</i>	107
5.1.1.5 Pengaruh <i>Physical Environment Quality</i> terhadap <i>Corporate Image</i>	108
5.1.1.6 Pengaruh <i>Outcome Quality</i> terhadap <i>Corporate Image</i>	108
5.1.1.7 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	109
5.1.1.8 Pengaruh <i>Corporate Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	110
5.1.1.9 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Behavioral Intentions</i>	110
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian	111
5.2 Implikasi	112
5.2.1 Implikasi Teoritis	112
5.2.2 Implikasi Manajerial	114
5.3 Rekomendasi.....	119
DAFTAR PUSTAKA.....	120

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengaduan di Media Sosial Twitter	8
Gambar 1.2 Pengaduan di Media Soaial Youtube	8
Gambar 2.1 Model Penelitian Terdahulu I	28
Gambar 2.2 Model Penelitian Terdahulu II	30
Gambar 2.3 Model Penelitian	35
Gambar 2.4 Bagan Alur Berpikir.....	36
Gambar 3.1 Diagram Alur Kerangka Pemikiran Teoritis	46
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	56
Gambar 4.3 Confirmatory Analysis <i>Interaction Quality, Physical Environment Quality dan Outcome Quality</i>	79
Gambar 4.4 Confirmatory Analysis <i>Perceived Value, Corporate Image, Customer Satisfaction dan Behavioral Intentions</i>	80
Gambar 4.5 <i>Full Structural Equation Model</i>	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rasio Panjang Jalan per Jumlah Kendaraan di Provinsi Jawa Timur Tahun 2011 - 2016	2
Tabel 3.1 Desain Inti Kuisioner	40
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	42
Tabel 3.3 Keterangan Indikator Konstruk	45
Tabel 3.4 Keterangan Hubungan Konstruk	47
Tabel 3.5 Hasil Konversi ke dalam Persamaan Model Pengukuran	47
Tabel 3.6 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model (<i>Goodness of Fit Index</i>)	52
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel	57
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap <i>Interaction Quality</i>	57
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap <i>Physical Environment Quality</i>	58
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap <i>Outcome Quality</i>	59
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap <i>Perceived Value</i>	60
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap <i>Corporate Image</i>	62
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	63
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap <i>Behavioral Intentions</i>	64
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Interaction Quality</i> ...65	
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Physical Environment Quality</i>	66
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Outcome Quality</i>	67
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Perceived Value</i>	68
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Corporate Image</i>	69
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	71
Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Behavioral Intentions</i>	72
Tabel 4.18 <i>Goodness of Fit Index</i>	74
Tabel 4.19 Hasil Uji Normalitas Data.....	75

Tabel 4.20 Statistik Deskriptif <i>Z-score</i>	77
Tabel 4.21 <i>Mahalanobis Distance</i>	78
Tabel 4.22 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor <i>Loading Interaction Quality</i> , <i>Physical Environment Quality</i> dan <i>Outcome Quality</i>	80
Tabel 4.23 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor <i>Loading Perceived Value</i> , <i>Corporate Image</i> , <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Behavioral Intentions</i> ...	<u>81</u>
Tabel 4.24 Index Pengujian Kelayakan	83
Tabel 4.25 <i>Regression Weights Full Structural Equation Model</i>	84
Tabel 4.26 Uji <i>Reliability</i>	85
Tabel 4.27 Hasil Uji Hipotesis	86
Tabel 4.28 Indikator Variabel <i>Interaction Quality</i>	96
Tabel 4.29 Indikator Variabel <i>Physical Environment Quality</i>	97
Tabel 4.30 Indikator Variabel <i>Outcome Quality</i>	99
Tabel 4.31 Indikator Variabel <i>Perceived Value</i>	100
Tabel 4.32 Indikator Variabel <i>Corporate Image</i>	101
Tabel 4.33 Indikator Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	102
Tabel 4.34 Indikator Variabel <i>Behavioral Intentions</i>	103
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis	112
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial	118

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	A-1
LAMPIRAN B	B-1
LAMPIRAN C	C-1
LAMPIRAN D	D-1