

TUGAS AKHIR

PENGARUH PERCEIVED QUALITY DENGAN SERVICE CONVENIENCE TERHADAP FUTURE INTENTIONS MELALUI PERCEIVED VALUE DAN SATISFACTION PADA PELANGGAN MCDONALD DI SURABAYA

Di tulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
Guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu

Oleh:

NAMA : KEVIN TANJUNG
NPM : 01120150051 / 00000027117



**FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
SURABAYA
2015**



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

IDENTITAS TIM PENGUJI

Judul : *PENGARUH PERCEIVED QUALITY DENGAN SERVICE CONVENIENCE TERHADAP FUTURE INTENTIONS MELALUI PERCEIVED VALUE DAN SATISFACTION PADA PELANGGAN MCDONALD DI SURABAYA*

Nama Mahasiswa : Kevin Tanjung
NPM : 01120150051
Jurusan : Manajemen
Peminatan : Kewirausahaan

TIM PEMBIMBING

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

TIM PENGUJI

Ketua Tim Penguji : Dr. Ronald S.T., M.M.
Sekretaris : Wiliam Santoso S.E., M. Ak.
Anggota : Yanuar Dananjaya, B.Sc, MM



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

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

Nama Mahasiswa Kevin Tanjung

Nomor Pokok Mahasiswa 01120150051

Jurusan Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa karya tugas akhir yang saya buat dengan judul.

**“PENGARUH PERCEIVED QUALITY DENGAN SERVICE CONVENIENCE
TERHADAP FUTURE INTENTIONS MELALUI PERCEIVED VALUE DAN
SATISFACTION PADA PELANGGAN MCDONALD DI SURABAYA”**

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



(Kevin Tanjung)



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI**

**PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR
PENGARUH PERCEIVED QUALITY DENGAN SERVICE
CONVENIENCE TERHADAP FUTURE INTENTIONS MELALUI
PERCEIVED VALUE DAN SATISFACTION PADA PELANGGAN
MCDONALD DI SURABAYA.**

Oleh:

Nama : Kevin Tanjung
NPM : 01120150051
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.

Ketua Jurusan Manajemen

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

Executive Director

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



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI**

LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada (hari dan tanggal sidang) 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 : Kevin Tanjung
NPM : 01120150051
Jurusan : Manajemen

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul
**“PENGARUH PERCEIVED QUALITY DENGAN SERVICE
CONVENIENCE TERHADAP FUTURE INTENTIONS MELALUI
PERCEIVED VALUE DAN SATISFACTION PADA PELANGGAN
MCDONALD DI SURABAYA”.**

oleh tim penguji yang terdiri dari:

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

KATA PENGANTAR

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

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 pengarahannya 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 terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M., sebagai dosen pembimbing pertama yang telah memberikan perhatian yang begitu besar, waktu, tenaga, dan kasih sayang serta memberikan dorongan yang begitu tinggi kepada saya dari awal hingga penelitian ini dapat diselesaikan.
2. Ibu Amelia S.E., RFP-I., M.M., selaku pembimbing akademik yang membantu saya dalam banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya jalani selama berkuliah di UPH Surabaya, serta selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu dan memberikan saran-saran dan penyemangat serta perhatian sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.
3. Bapak Wiliam Santoso S.E., M. Ak., selaku dosen penguji pertama yang turut memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.
4. Bapak Yanuar Dananjaya, B.Sc, MM selaku dosen penguji kedua yang turut membantu saya dalam memberi masukan.

5. Keluarga saya, Papa, Mama, adek, dan koko tercinta, yang senantiasa mendoakan, memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan penelitian ini.
6. Teman-teman team basket yang sudah mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi hingga saat ini.
7. Teman-teman “ Pachinko ” seperjuangan yang sudah banyak membantu memberikan semangat dan doa dalam penyelesaian penelitian ini.
8. 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

Kevin Tanjung

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	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Masalah	10
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.5.1 Manfaat Bagi Penulis	11
1.5.2 Manfaat Bagi Perusahaan.....	12
1.5.3 Manfaat Bagi Pihak Lain	12
1.6 Sistematika Penulisan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 <i>Satisfaction</i>	12
2.1.2 <i>Perceived Value</i>	14
2.1.3 <i>Future Intention</i>	16
2.1.4 <i>Service Convenience</i>	17
2.1.5 <i>Perceived Quality</i>	18

2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Pengembangan Hipotesis	22
2.3.1 Pengaruh <i>Food Quality</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	22
2.3.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	22
2.3.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	22
2.3.3 Pengaruh <i>Perceived value</i> terhadap <i>Customer Satisfacation</i>	23
2.3.4 Pengaruh <i>Customer satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	23
2.4 Model Penelitian	25
2.5 Bagan Alur Berpikir.....	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Populasi dan Sampel	26
3.2.1 Populasi.....	26
3.2.2 Sampel.....	27
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	28
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	30
3.5 Metode Analisis Data.....	32
3.5.1 Uji Reliabilitas	41
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Gambaran Umum Mcdonald.....	52
4.2 Analisis Data.....	52
4.2.1 Statistik Deskriptif	53
4.2.1.1 Karakteristik Responden	53
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	53
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.2.1.4 Tanggapan Responden	55
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	60
4.2.2.1 Penjelasan Responden terhadap <i>Perceived Quality</i>	60
4.2.2.2 Penjelasan Responden terhadap <i>Service Convenience</i>	62
4.2.2.3 Penjelasan Responden terhadap <i>Perceived Value</i>	63

4.2.2.4 Penjelasan Responden terhadap <i>Satisfaction</i>	64
4.2.2.5 Penjelasan Responden terhadap <i>Future Intention</i>	65
4.2.2 Hasil Pengujian Kualitas Data	66
4.2.2.1 Evaluasi Normalitas Data.....	68
4.2.2.2 Evaluasi <i>Outliers</i>	68
4.2.2.2.1 <i>Univariate Outliers</i>	69
4.2.2.2.2 <i>Multivariate Outliers</i>	70
4.2.2.3 Evaluasi <i>Multicollinearity</i> dan <i>Singularity</i>	67
4.2.2.4 Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>)	68
4.2.2.4.1 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen	72
4.2.2.4.2 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen.....	74
4.2.2.6 Analisis <i>Full Structural Equation Modeling</i>	76
4.2.2.6 Uji <i>Reliability</i>	80
4.2.3 Hasil Pengujian Hipotesis	82
4.2.3.1 Pengujian Hipotesis 1 (H_1).....	82
4.2.3.2 Pengujian Hipotesis 2 (H_2).....	83
4.2.3.3 Pengujian Hipotesis 3 (H_3).....	83
4.2.3.4 Pengujian Hipotesis 4 (H_4).....	83
4.3 Pembahasan.....	84
BAB V KESIMPULAN	92
5.1 Simpulan	92
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis.....	92
5.1.1.1 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	92
5.1.1.2 Pengaruh <i>Service Convenience</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	92
5.1.1.3 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	93
5.1.1.4 Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Future Intention</i>	93
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian	93
5.2 Implikasi	94
5.2.1 Implikasi Teoritis	94
5.2.2 Implikasi Manajerial	95
5.3 Rekomendasi.....	98
DAFTAR PUSTAKA	98

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Desain Inti Kuisisioner	30
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 3.3 Keterangan Indikator Konstruk	34
Tabel 3.4 Keterangan Hubungan Konstruk	35
Tabel 3.5 Hasil Konversi ke dalam Persamaan Model Pengukuran Konstruk Endogen	36
Tabel 3.6 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model (<i>Goodness of Fit Index</i>)	40
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel	55
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap <i>Perceived Value</i>	56
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap <i>Service Convenience</i>	57
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap <i>Perceived Value</i>	58
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap <i>Satisfaction</i>	59
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap <i>Future Intention</i>	60
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Perceived Value</i>	60
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Service Convenience</i>	62
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Perceived Value</i>	63
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Satisfaction</i>	65
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Future Intention</i>	66
Tabel 4.18 <i>Goodness of Fit Index</i>	67
Tabel 4.19 Hasil Uji Normalitas Data.....	69
Tabel 4.20 Statistik Deskriptif <i>Z-score</i>	71
Tabel 4.21 <i>Mahalanobis Distance</i>	72
Tabel 4.22 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading <i>Perceived Quality, Service Convenience, Perceived Value, Satisfaction, dan Future Intention</i>	74
Tabel 4.23 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading <i>Perceived Value dan Satisfaction</i>	71
Tabel 4.24 Index Pengujian Kelayakan	78
Tabel 4.25 <i>Regression Weights Full Structural Equation Model</i>	80
Tabel 4.26 Uji <i>Reliability</i>	82

Tabel 4.23 Hasil Uji Hipotesis	83
Tabel 4.24 Indikator Variabel <i>Service Convenience</i>	87
Tabel 4.25 Indikator Variabel <i>Perceived Value</i>	89
Tabel 4.26 Indikator Variabel <i>Perceived Quality</i>	90
Tabel 4.27 Indikator Variabel <i>Satisfaction</i>	90
Tabel 4.28 Indikator Variabel <i>Future Intention</i>	91
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis	92
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Mcdonald	7
Gambar 2.4 Model penelitian	24
Gambar 3.1 Diagram Alur Kerangka Pemikir Teoritis.....	35
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	54
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Gambar 4.3 Confirmatory Analysis <i>Confirmatory Perceived Quality dan Service Convenience</i>	73
Gambar 4.4 Confirmatory Analysis <i>Confirmatory Analysis Perceived Value, Satisfaction dan Future Intetions</i>	75
Gambar 4.5 Full Structural Equation Model.....	77