

PROPOSAL TUGAS AKHIR

**ANALISIS PENGARUH VARIABEL *SERVICESCAPE* TERHADAP
OVERALL QUALITY OF LIFE MELALUI VARIABEL AFEKSI PADA
PELANGGAN RESTORAN DOMICILE KITCHEN & LOUNGE DI
SURABAYA**

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

Oleh:

NAMA : KEN SUGIJANTO

NPM : 02619170011



**FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
2018**



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

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

Nama Mahasiswa : Ken Sugijanto
Nomor Pokok Mahasiswa : 02619170011
Jurusan : Magister Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir yang saya buat dengan judul **ANALISIS PENGARUH VARIABEL *SERVICESCAPE* TERHADAP *OVERALL QUALITY OF LIFE* MELALUI VARIABEL AFEKSI PADA PELANGGAN RESTORAN DOMICILE KITCHEN & LOUNGE DI SURABAYA** adalah :

- 1) Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan dan buku – buku serta jurnal acuan yang tertera didalam referensi pada karya tugas akhir saya.
- 2) Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah pakai untuk mendapatkan 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 diatas, maka karya tugas akhir ini batal.

Surabaya, 21 Oktober 2018

Yang membuat pernyataan



KEN SUGIJANTO



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

**ANALISIS PENGARUH VARIABEL *SERVICESC* TERHADAP
OVERALL QUALITY OF LIFE MELALUI VARIABEL AFEKSI PADA
PELANGGAN RESTORAN DOMICILE KITCHEN & LOUNGE DI
SURABAYA**

Oleh :

Nama : Ken Sugijanto
NPM : 02619170011
Jurusan : Magister Manajemen

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

Surabaya, 21 Oktober 2018

Menyetujui:

Pembimbing Utama

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

Co-Pembimbing/Supervisor

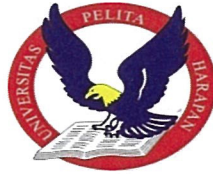
Yanuar Dananjaya, B. Sc., M.M

Ketua Jurusan Magister Manajemen

Yanuar Dananjaya, B. Sc., M.M

Executive Director

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






**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI**

LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada Tanggal 26 September 2018 telah diselenggarakan ujian komprehensif untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna mencapai Gelar Strata Dua Fakultas Ekonomi Jurusan Magister Manajemen Universitas Pelita Harapan Surabaya atas nama :

Nama : Ken Sugijanto
NPM : 02619170011
Jurusan : Magister Manajemen

Termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul **ANALISIS PENGARUH VARIABEL *SERVICESCPE* TERHADAP *OVERALL QUALITY OF LIFE* MELALUI VARIABEL AFEKSI PADA PELANGGAN RESTORAN DOMICILE KITCHEN & LOUNGE DI SURABAYA** oleh tim penguji yang terdiri dari :

Dewan Penguji :	Status	Tanda tangan
Dr Ronald S., S.T., M.M	,sebagai Ketua/ Pembimbing	 _____
Dr. Amelia, S.E., M.M.	,sebagai Penguji Pertama/ Sekretaris	 _____
Dr Yolanda S., S.T., M.M	,sebagai Penguji Kedua/ Anggota	 _____

ABSTRAK

Industri Makanan dan Minuman menjadi subsektor prioritas pada 2018. Subsektor tersebut diharapkan menjadi pendorong untuk tercapainya target pertumbuhan industri non-migas tahun 2018, yakni 5,67 persen. Seiring dengan pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia mendorong munculnya berbagai restoran yang menyasar berbagai segmen. Domicile Kitchen & Lounge adalah salah satu restoran yang memiliki segmen untuk kelas menengah ke atas yang berdiri pada tahun 2014 di Surabaya. Domicile menggabungkan suatu konsep yang sepadan antara *dinning experience* dengan desain dan ambience yang mendukung segala hal. Domicile memiliki berbagai pilihan menu *western* dan *asian fusion* serta dilengkapi dengan pilihan *homemade dessert* (<http://dataresto.com>, diunduh pada tanggal 12 Juli 2017).

Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien regresi paling besar ditunjukkan oleh pengaruh *communicative staging* terhadap *customer emotion* yaitu sebesar 0,424. Selanjutnya adalah pengaruh dari *subjective wellbeing* terhadap *overall quality of life* yaitu sebesar 0,370. Kemudian pengaruh dari *satisfaction* terhadap *overall quality of life* yaitu sebesar 0,336. Berikutnya adalah pengaruh dari *substantive staging* terhadap *customer emotion* dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,272. Selanjutnya adalah pengaruh dari *satisfaction* terhadap *subjective wellbeing* yaitu sebesar 0,254, dan yang terakhir adalah pengaruh dari *customer emotion* terhadap *satisfaction* dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,235.

Kata Kunci: *substantive staging, communicative staging, customer emotion, satisfaction, subjective well-being* dan *overall quality of life*.

ABSTRACT

The Food and Beverage Industry is a priority sub-sector in 2018. The subsector is expected to be the driving force for achieving the non-oil and gas industry growth target in 2018, which is 5.67 percent. Along with the growth of the food and beverage industry in Indonesia, the emergence of various restaurants targeting various segments. Domicile Kitchen & Lounge is one restaurant that has a segment for the upper middle class that was established in 2014 in Surabaya. Domicile combines an equivalent concept between dining experience and design and ambience that supports everything. Domicile has a variety of western and asian fusion menu choices and comes with a choice of homemade dessert (<http://dataresto.com>, downloaded on July 12, 2018).

The results showed that the greatest regression coefficient was shown by the effect of communicative staging on customer emotion, which was 0.424. Next is the influence of subjective wellbeing on overall quality of life that is equal to 0.370. Then the influence of satisfaction on overall quality of life is equal to 0.336. Next is the influence of substantive staging on customer emotion with a regression coefficient of 0.272. Next is the influence of satisfaction on subjective wellbeing that is equal to 0.254, and the last is the influence of customer emotion on satisfaction with a regression coefficient of 0.235.

Keywords: substantive staging, communicative staging, customer emotion, satisfaction, subjective well-being and overall quality of life.

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 Dua 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 sekali memberikan ucapan 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. Dr. Ronald S.T., M.M, selaku Executive Director dan selaku pembimbing akademik yang telah sangat banyak telah mencurahkan begitu besar perhatian membantu penulis baik dalam proses perkuliahan, organisasi, maupun kehidupan penulis selama di UPH Surabaya. Serta sebagai pembimbing pertama yang memberikan arahan, nasehat serta bantuan selama proses penelitian ini dari awal hingga penelitian ini dapat diselesaikan.
2. Bapak Yanuar Dananjaya B.Sc M.M, selaku dosen pembimbing kedua yang juga telah mencurahkan banyak waktu, pikiran dan perhatian serta membantu banyak hal bagi penulis selama proses perkuliahan, organisasi, dan penyelesaian karya tulis ini dalam bentuk saran-saran dan selalu mengingatkan untuk menyelesaikan dengan tepat waktu.
3. Dr. Amelia, S.E, RFP-I, MM, Selaku dosen penguji pertama yang turut memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.
4. Dr. Yolanda S., S.T., M.M., selaku dosen penguji kedua yang turut membantu saya dalam memberi masukan.
5. Kedua orang tua penulis, papa dan mama dan kakak serta adik yang senantiasa mendoakan, mendukung dan membantu dalam menyelesaikan penelitian ini.

6. Semua responden penelitian yang telah membantu dalam penelitian dengan mengisi kuesioner penelitian.
7. Teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang membantu memberikan semangat dalam penyelesaian penelitian ini.
8. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

Penulis berharap bahwa karya tulis ini bisa bermanfaat kepada semua pihak, baik untuk kepentingan akademis maupun kepentingan praktis. Amin

Surabaya, 14 Agustus 2018

Ken Sugijanto

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN DAN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TINM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Penelitian.....	9
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.5.2 Manfaat Praktis.....	11
1.6 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Servicescape.....	13
2.1.1.1 Substantive Staging.....	14
2.1.1.2 Communicative Staging.....	15

2.1.2 Customer Emotion.....	16
2.1.3 Satisfaction.....	17
2.1.4 Subjective Well-being.....	19
2.1.5 Overall Quality of Life.....	21
2.2 Penelitian Terdahulu.....	22
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	23
2.3.1 Pengaruh Substantive Staging terhadap Customer Emotion.....	23
2.3.2 Pengaruh Communicative Staging terhadap Customer Emotion	24
2.3.3 Pengaruh Customer Emotion terhadap Satisfaction.....	25
2.3.4 Pengaruh Satisfaction terhadap Subjective Well-being.....	26
2.3.5 Pengaruh Satisfaction terhadap Overall Quality of Life.....	27
2.3.6 Pengaruh Subjective Well-being terhadap Overall Quality of Life	27
2.4 Model Penelitian.....	29
2.5 Bagan Alur Berpikir.....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	32
3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.1.1 Jenis Data.....	32
3.1.2 Sumber Data.....	33
3.2 Populasi Dan Sampel.....	33
3.2.1 Populasi.....	33
3.2.2 Sampel.....	34
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	35
3.4 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel.....	37
3.5 Metode Analisis Data.....	38
3.5.1 Uji Reliabilitas.....	47
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	49

4.1 Gambaran Umum Domicile Kitchen & Lounge.....	49
4.2 Analisis Data.....	50
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	50
4.2.1.1 Karakteristik Responden.....	50
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	50
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4.2.1.4 Tanggapan Responden.....	52
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	58
4.2.2.1 Penjelasan Responden terhadap Substantive Staging.....	59
4.2.2.2 Penjelasan Responden terhadap Communicative Staging.....	61
4.2.2.3 Penjelasan Responden terhadap Customer Emotion.....	63
4.2.2.4 Penjelasan Responden terhadap Satisfaction.....	64
4.2.2.5 Penjelasn Responden terhadap Subjective Well-Being.....	65
4.2.2.6 Penjelasn Responden terhadap Overall Quality of Life.....	66
4.2.3 Hasil Pengujian Kualitas Data.....	67
4.2.3.1 Evaluasi Normalitas Data.....	69
4.2.3.2 Evaluasi Outliers.....	79
4.2.3.2.1 Univariate Outliers.....	70
4.2.3.2.2 Multivariate Outliers.....	71
4.2.4 Evaluasi Multicollinearity dan Singularity.....	72
4.3 Analisis Faktor Konfirmatori (Confirmatory Factor Analysis).....	72
4.3.1 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen.....	73
4.3.2 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen.....	74
4.4 Analisis Full Structural Equation Modeling.....	76
4.4.1 Full Structural Equaltion Modeling Pada Model Awal.....	76
4.4.2 Full Structural Equaltion Modeling Pada Model Modifikasi.....	78
4.4.3 Regression Weights Structural Equation Modeling.....	79
4.5 Uji Reliability dan Variance Extra.....	80

4.6 Hasil Pengujian Hipotesis.....	82
4.6.1 Pengujian Hipotesis 1 (H1).....	83
4.6.2 Pengujian Hipotesis 2 (H2).....	83
4.6.3 Pengujian Hipotesis 3 (H3).....	84
4.6.4 Pengujian Hipotesis 4 (H4).....	84
4.6.5 Pengujian Hipotesis 5 (H5).....	85
4.6.6 Pengujian Hipotesis 6 (H6).....	85
4.7 Pembahasan.....	86
BAB V KESIMPULAN.....	102
5.1 Simpulan.....	102
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis.....	102
5.1.1.1 Pengaruh Substantive Staging terhadap Customer Emotion.....	102
5.1.1.2 Pengaruh Communicative Staging terhadap Customer Emotion.....	103
5.1.1.3 Pengaruh Customer Emotion terhadap Satisfaction.....	103
5.1.1.4 Pengaruh Satisfaction terhadap Subjective Well-Being.....	104
5.1.1.5 Pengaruh Satisfaction terhadap Overall Quality of Life.....	104
5.1.1.6 Pengaruh Subjective Well-Being terhadap Overall Quality of Life.....	105
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	105
5.2 Implikasi.....	106
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	106
5.2.2 Implikasi Manajerial.....	107
5.3 Rekomendasi.....	112
DAFTAR PUSTAKA.....	113
LAMPIRAN.....	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Gambaran Umum Domicile Kitchen & Lounge.....	40
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	30
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual.....	42
Gambar 4.1 Diagram Pie Responden Berdasarkan Usia.....	51
Gambar 4.2 Diagram Pie Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Gambar 4.3 <i>Confirmatory Analysis Substantive Staging and Communicative Staging</i>	73
Gambar 4.4 <i>Confirmatory Analysis Customer Emotion, Satisfaction, Subjective Well-Being and Overall Quality of Life</i>	75
Gambar 4.5 <i>Full Structural Equation Modeling</i> Pada Model Awal.....	76
Gambar 4.6 <i>Full Structural Equation Modeling</i> Pada Model Modifikasi.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Desain Inti Kuesioner.....	35
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	38
Tabel 3.3 Keterangan Indikator Konstruk.....	41
Tabel 3.4 Keterangan Hubungan Konstruk.....	43
Tabel 3.5 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model (<i>Goodness of Fit Index</i>).....	46
Table 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	50
Table 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.3 Derajat Penelitian Setiap Variabel.....	53
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap <i>Substantive Staging</i>	53
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap <i>Communicative Staging</i>	54
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Emotion</i>	55
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap <i>Satisfaction</i>	56
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap <i>Subjective Well-Being</i>	57
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap <i>Overall Quality of Life</i>	58
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Substantive Staging</i>	59
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Communicative Staging</i>	61
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Emotion</i>	63
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Satisfaction</i>	64
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Subjective Well-Being</i>	65
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Overall Quality of Life</i>	66

Tabel 4.16 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model (<i>Goodness of Fit Index</i>).....	68
Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas Data.....	69
Tabel 4.18 Statistik Deskriptif <i>Z-Score</i>	71
Tabel 4.19 Uji Bobot Faktor dan Nilai <i>Factor Loading</i> Konstruksi Eksogen.....	74
Tabel 4.20 Uji Bobot Faktor dan Nilai <i>Factor Loading</i> Konstruksi Endogen.....	76
Tabel 4.21 Indeks Pengujian Kelayakan Pada Model Awal.....	77
Tabel 4.22 Indeks Pengujian Kelayakan Pada Model Modifikasi.....	78
Tabel 4.23 <i>Regression Weights Full Structural Equation Model</i>	79
Tabel 4.24 Uji <i>Reliability</i> dan <i>Variance Extra</i>	81
Tabel 4.25 Hasil Uji Hipotesis.....	82
Tabel 4.26 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Communicative Staging</i>	90
Tabel 4.27 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Substantive Staging</i> ...	92
Tabel 4.28 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Customer Emotion</i>	94
Tabel 4.29 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Satisfaction</i>	96
Tabel 4.30 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Subjective Well-Being</i>	97
Tabel 4.31 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Overall Quality of Life</i>	99
Tabel 5.1 Simpulan Hipotesis.....	102
Tabel 5.2 Implikasi Teoritis.....	106
Tabel 5.3 Implikasi Manajerial.....	111

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER	A-1
LAMPIRAN B TABULASI DATA KUESIONER	B-1
LAMPIRAN C HASIL OLAH DATA	C-1

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 Dua 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 sekali memberikan ucapan 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. Dr. Ronald S.T., M.M, selaku Executive Director dan selaku pembimbing akademik yang telah sangat banyak telah mencurahkan begitu besar perhatian membantu penulis baik dalam proses perkuliahan, organisasi, maupun kehidupan penulis selama di UPH Surabaya. Serta sebagai pembimbing pertama yang memberikan arahan, nasehat serta bantuan selama proses penelitian ini dari awal hingga penelitian ini dapat diselesaikan.
2. Bapak Yanuar Dananjaya B.Sc M.M, selaku dosen pembimbing kedua yang juga telah mencurahkan banyak waktu, pikiran dan perhatian serta membantu banyak hal bagi penulis selama proses perkuliahan, organisasi, dan penyelesaian karya tulis ini dalam bentuk saran-saran dan selalu mengingatkan untuk menyelesaikan dengan tepat waktu.
3. Dr. Amelia, S.E, RFP-I, MM, Selaku dosen penguji pertama yang turut memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.
4. Dr. Yolanda S., S.T., M.M., selaku dosen penguji kedua yang turut membantu saya dalam memberi masukan.
5. Kedua orang tua penulis, papa dan mama dan kakak serta adik yang senantiasa mendoakan, mendukung dan membantu dalam menyelesaikan penelitian ini.

6. Semua responden penelitian yang telah membantu dalam penelitian dengan mengisi kuesioner penelitian.
7. Teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang membantu memberikan semangat dalam penyelesaian penelitian ini.
8. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

Penulis berharap bahwa karya tulis ini bisa bermanfaat kepada semua pihak, baik untuk kepentingan akademis maupun kepentingan praktis. Amin

Surabaya, 14 Agustus 2018

Ken Sugijanto