

TUGAS AKHIR

ANALISIS PENGARUH *FOOD QUALITY, PERSONAL INTERACTION QUALITY, PHYSICAL ENVIRONMENT QUALITY, DAN PERCEIVED VALUE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY MELALUI SATISFACTION, TRUST, DAN COMMITMENT* PADA PELANGGAN FRUT-O RUKO SAN DIEGO MR1-9 PAKUWON CITY SURABAYA

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana
Manajemen Strata Satu

Oleh :

NAMA : BUTON KUNDALINI
NPM : 00000027293



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
KAMPUS SURABAYA**

2019



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

IDENTITAS TIM PENGUJI

Judul : ANALISIS PENGARUH *FOOD QUALITY, PERSONAL INTERACTION QUALITY, PHYSICAL ENVIRONMENT QUALITY, DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY MELALUI SATISFACTION, TRUST, DAN COMMITMENT PADA PELANGGAN FRUT-O RUKO SAN DIEGO MR1-9 PAKUWON CITY SURABAYA.*

Nama Mahasiswa : Buton Kundalini
NPM : 00000027293
Jurusan : Manajemen
Peminatan : International Business Management

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 : Yanuar Dananjaya, Bsc., M.M.
Anggota : Hananiel M Gunawan BA., MBA.



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

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

Nama Mahasiswa : Buton Kundalini

Nomor Pokok Mahasiswa : 00000027293

Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa karya tugas akhir yang saya buat dengan judul
“*ANALISIS PENGARUH FOOD QUALITY, PERSONAL INTERACTION QUALITY, PHYSICAL ENVIRONMENT QUALITY, DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY MELALUI SATISFACTION, TRUST, DAN COMMITMENT PADA PELANGGAN FRUT-O RUKO SAN DIEGO MR1-9 PAKUWON CITY 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, 03 September 2019
Yang membuat pernyataan



(Buton Kundalini)



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI**

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

**ANALISIS PENGARUH *FOOD QUALITY, PERSONAL INTERACTION
QUALITY, PHYSICAL ENVIRONMENT QUALITY, DAN PERCEIVED
VALUE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *SATISFACTION,
TRUST, DAN COMMITMENT* PADA PELANGGAN FRUT-O RUKO SAN
DIEGO MR1-9 PAKUWON CITY SURABAYA**

Oleh:

Nama : Buton Kundalini
NPM : 00000027293
Jurusan : Manajemen

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

Surabaya, 03 September 2019

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.



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



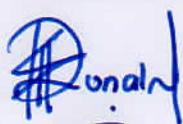
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada hari Selasa, 03 September 2019 telah diselenggarakan ujian komprehensif untuk memenuhi sebagai persyaratan akademik guna mencapai Gelar Sarjana Strata Satu Ekonomi Fakultas Jurusan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan Surabaya atas nama :

Nama : Buton Kundalini
NPM : 00000027293
Jurusan : Manajemen

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul "**ANALISIS PENGARUH FOOD QUALITY, PERSONAL INTERACTION QUALITY, PHYSICAL ENVIRONMENT QUALITY, DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY MELALUI SATISFACTION, TRUST, DAN COMMITMENT PADA PELANGGAN FRUT-O RUKO SAN DIEGO MR1-9 PAKUWON CITY SURABAYA**" oleh tim penguji yang terdiri dari:

| Dewan Penguji | Status | Tanda tangan |
|------------------------------|--------------------------------------|---|
| Dr. Ronald S.T., M.M. | sebagai Ketua Penguji, Pembimbing |  |
| Yanuar Dananjaya, Bsc., M.M. | sebagai Penguji |  |
| Hananiel M Gunawan BA., MBA. | sebagai Penguji |  |

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan segala puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang selalu menopang, memberikan kekuatan, kesehatan yang luar biasa, membantu, memberkati, serta memberikan hikmat dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Manajemen 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 sangat mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahan dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhir ini agar bisa menjadi lebih baik dari sebelumnya.

Dalam penulisan skripsi ini, dorongan bantuan dari berbagai pihak dirasakan sebagai bentuk semangat dan motivasi bagi penulis. Oleh karenanya, 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 Wakil Rektor di UPH Surabaya serta selaku dosen pembimbing pertama yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran yang begitu besar, serta memberikan saran dan dorongan yang begitu tinggi kepada saya dari awal hingga penelitian ini dapat diselesaikan.
2. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen di UPH Surabaya serta selaku pembimbing akademik yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama kuliah di UPH Surabaya, dan selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu dan memberikan petunjuk-petunjuk serta bimbingan sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.
3. Bapak Yanuar Dananjaya, Bsc., M.M., selaku dosen penguji pertama yang turut memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.

4. Bapak Hananiel M Gunawan BA., MBA. selaku dosen penguji kedua yang turut membantu saya dalam memberi masukan.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan Surabaya yang sudah membantu memberikan masukan dan arahan.
6. Orang tua dan saudara-saudara tercinta yang telah memberikan dorongan semangat dan senantiasa mendoakan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan dan seangkatan 2016 yang tidak dapat disebutkan satu persatu namanya yang sudah banyak membantu memberikan saran-saran, motivasi, cara kerja, serta dorongan semangat dan doa dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini.

Penulis hanya mampu memanjatkan doa semoga Tuhan Yesus Kristus berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekaligus. Penulis mengharapkan skripsi ini dapat menambah wawasan bagi pihak-pihak yang membutuhkan ataupun berkepentingan dengan topik yang sama serta dapat memberikan manfaat bagi para pembaca pada penelitian di masa yang akan datang..

Surabaya, 03 September 2019



Buton Kundalini

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN IDENTITAS TIM PENGUJI TUGAS AKHIR..... | ii |
| LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR..... | iii |
| LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR..... | iv |
| LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR..... | v |
| ABSTRAK..... | vi |
| ABSTRACT..... | vii |
| KATA PENGANTAR..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| DAFTAR TABEL..... | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Batasan Masalah..... | 12 |
| 1.3 Rumusan Masalah..... | 13 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 14 |
| 1.5 Manfaat Penelitian..... | 15 |
| 1.5.1 Manfaat Teoritis..... | 15 |
| 1.5.2 Manfaat Praktis..... | 15 |
| 1.6 Sistematika Penulisan..... | 16 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS..... | 18 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 18 |
| 2.1.1 <i>Customer Loyalty</i> | 18 |
| 2.1.2 <i>Trust</i> | 19 |
| 2.1.3 <i>Commitment</i> | 20 |
| 2.1.4 <i>Satisfaction</i> | 20 |
| 2.1.5 <i>Food Quality</i> | 22 |
| 2.1.6 <i>Personal Interaction Quality</i> | 23 |
| 2.1.7 <i>Physical Environment Quality</i> | 25 |
| 2.1.8 <i>Perceived Value</i> | 26 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu..... | 26 |
| 2.3 Pengembangan Hipotesis..... | 29 |
| 2.3.1 Pengaruh Signifikan <i>Food Quality</i> Terhadap <i>Satisfaction</i> | 29 |
| 2.3.2 Pengaruh Signifikan <i>Personal Interaction Quality</i> Terhadap <i>Satisfaction</i> | 30 |
| 2.3.3 Pengaruh Signifikan <i>Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> | 30 |
| 2.3.4 Pengaruh Signifikan <i>Physical Environment Quality</i> Terhadap <i>Satisfaction</i> .. | 31 |
| 2.3.5 Pengaruh Signifikan <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Satisfaction</i> | 31 |
| 2.3.6 Pengaruh Signifikan <i>Satisfaction</i> Terhadap <i>Trust</i> | 31 |
| 2.3.7 Pengaruh Signifikan <i>Satisfaction</i> Terhadap <i>Commitment</i> | 32 |
| 2.3.8 Pengaruh Signifikan <i>Trust</i> Terhadap <i>Commitment</i> | 32 |
| 2.3.9 Pengaruh Signifikan <i>Trust</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> | 32 |
| 2.3.10 Pengaruh Signifikan <i>Commitment</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> | 33 |
| 2.4 Model Penelitian..... | 33 |
| 2.5 Bagan Alur Berpikir..... | 34 |

| | |
|--|----|
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... | 36 |
| 3.1 Jenis Penelitian..... | 36 |
| 3.2 Populasi dan Sampel..... | 36 |
| 3.2.1 Populasi..... | 36 |
| 3.2.2 Sampel..... | 37 |
| 3.3 Metode Pengumpulan Data..... | 38 |
| 3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel..... | 41 |
| 3.4.1 <i>Dependent</i> Variabel..... | 42 |
| 3.4.2 <i>Intervening</i> Variabel..... | 42 |
| 3.4.3 <i>Independent</i> Variabel..... | 42 |
| 3.5 Metode Analisis Data..... | 42 |
| 3.5.1 Pengolahan Data..... | 42 |
| 3.5.2 Pengujian Hipotesis..... | 43 |
| 3.5.3 Uji Reabilitas..... | 52 |
| BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN..... | 54 |
| 4.1 Gambaran Umum Frut-O Gelato Ruko San Diego MR1-9 Pakuwon City Surabaya..... | 54 |
| 4.1 Analisis Data..... | 55 |
| 4.2.1 Statistik Deskriptif..... | 55 |
| 4.2.1.1 Karakteristik Responden..... | 55 |
| 4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia..... | 55 |
| 4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 56 |
| 4.2.1.4 Tanggapan Responden..... | 57 |
| 4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel..... | 66 |
| 4.2.2.1 Penjelasan Responden Terhadap Variabel <i>Food Quality</i> | 66 |
| 4.2.2.2 Penjelasan Responden Terhadap Variabel <i>Personal Interaction Quality</i> | 68 |
| 4.2.2.3 Penjelasan Responden Terhadap Variabel <i>Physical Environment Quality</i> | 69 |
| 4.2.2.4 Penjelasan Responden Terhadap Variabel <i>Perceived Value</i> | 70 |
| 4.2.2.5 Penjelasan Responden Terhadap Variabel <i>Satisfaction</i> | 72 |
| 4.2.2.6 Penjelasan Responden Terhadap Variabel <i>Trust</i> | 73 |
| 4.2.2.7 Penjelasan Responden Terhadap Variabel <i>Commitment</i> | 74 |
| 4.2.2.8 Penjelasan Responden Terhadap Variabel <i>Customer Loyalty</i> | 75 |
| 4.2.3 Hasil Pengujian Kualitas Data..... | 76 |
| 4.2.3.1 Evaluasi Normalitas Data..... | 78 |
| 4.2.3.2 Evaluasi <i>Outliers</i> | 79 |
| 4.2.3.2.1 <i>Univariate Outliers</i> | 80 |
| 4.2.3.2.2 <i>Multivariate Outliers</i> | 80 |
| 4.2.3.3 Evaluasi <i>Multicollinearity</i> dan <i>Singularity</i> | 81 |
| 4.2.3.4 Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>)..... | 82 |
| 4.2.3.4.1 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen..... | 82 |
| 4.2.3.4.2 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen..... | 84 |
| 4.2.3.5 Analisis <i>Full Structural Equation Modeling</i> | 85 |
| 4.2.3.6 Uji <i>Reability</i> | 88 |
| 4.2.4 Hasil Pengujian Hipotesis..... | 89 |
| 4.2.4.1 Pengujian Hipotesis 1 (H1)..... | 90 |
| 4.2.4.2 Pengujian Hipotesis 2 (H2) | 91 |
| 4.2.4.3 Pengujian Hipotesis 3 (H3) | 91 |
| 4.2.4.4 Pengujian Hipotesis 4 (H4) | 92 |

| | |
|---|------------|
| 4.2.4.5 Pengujian Hipotesis 5 (H5) | 92 |
| 4.2.4.6 Pengujian Hipotesis 6 (H6) | 93 |
| 4.2.4.7 Pengujian Hipotesis 7 (H7) | 94 |
| 4.2.4.8 Pengujian Hipotesis 8 (H8) | 94 |
| 4.2.4.9 Pengujian Hipotesis 9 (H9) | 95 |
| 4.2.4.10 Pengujian Hipotesis 10 (H10) | 95 |
| 4.3 Pembahasan..... | 96 |
| BAB V KESIMPULAN..... | 116 |
| 5.1 Simpulan..... | 116 |
| 5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis..... | 116 |
| 5.1.1.1 Pengaruh <i>Food Quality</i> Terhadap <i>Satisfaction</i> | 116 |
| 5.1.1.2 Pengaruh <i>Personal Interaction Quality</i> Terhadap <i>Satisfaction</i> | 118 |
| 5.1.1.3 Pengaruh <i>Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> | 119 |
| 5.1.1.4 Pengaruh <i>Physical Environment Quality</i> Terhadap <i>Satisfaction</i> | 120 |
| 5.1.1.5 Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Satisfaction</i> | 121 |
| 5.1.1.6 Pengaruh <i>Satisfaction</i> Terhadap <i>Trust</i> | 122 |
| 5.1.1.7 Pengaruh <i>Satisfaction</i> Terhadap <i>Commitment</i> | 123 |
| 5.1.1.8 Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap <i>Commitment</i> | 124 |
| 5.1.1.9 Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> | 125 |
| 5.1.1.10 Pengaruh <i>Commitment</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> | 126 |
| 5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian..... | 127 |
| 5.2 Implikasi..... | 128 |
| 5.2.1 Implikasi Teoritis..... | 128 |
| 5.2.2 Implikasi Manajerial..... | 130 |
| 5.3 Rekomendasi..... | 136 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 137 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1: Menjelaskan tentang angka pertumbuhan hotel, restoran, dan <i>café</i> di Indonesia..... | 1 |
| Gambar 1.2: Menjelaskan tentang angka dan presentase tingkat laju pertumbuhan pasar layanan makanan. Gambar 1.2 juga menjelaskan tentang laju pertumbuhan majemuk tahunan (CAGR)..... | 2 |
| Gambar 1.3: Menunjukkan contoh dari gelato yang dijual oleh Frut-O dengan dua varian rasa..... | 4 |
| Gambar 1.4: Menunjukkan design Frut-O yang berada di Ruko San Diego MR1-9 Pakuwon City Surabaya..... | 5 |
| Gambar 1.5: Menunjukkan pilihan-pilihan rasa gelato yang tersedia di Frut-O. Menunjukkan bahwa gelato tersimpan dalam mesin pendingin dalam keadaan segar dan bersih..... | 5 |
| Gambar 1.6: Menunjukkan harga dari minuman-minuman dan gelato yang dijual Frut-O .. | 6 |
| Gambar 1.7: Menunjukkan harga dari hidangan berat dan hidangan penutup yang dijual Frut-O..... | 6 |
| Gambar 1.8: Menunjukkan bukti dari lokasi Frut-O gelato di kawasan wilayah kota Surabaya melalui <i>Google Maps</i> | 7 |
| Gambar 1.9: Menunjukkan bahwa Frut-O gelato yang terletak di TP (Tunjungan Plaza, Surabaya) mempunyai rating yang baik yang dinilai dari segi rasa, suasana, harga banding rasa, pelayanan, dan kebersihan..... | 8 |
| Gambar 1.10: Menunjukkan bahwa Frut-O gelato mempunyai <i>Word of Mouth</i> yang baik dengan bukti komentar orang yang sudah pernah mencoba produk dari Frut-O, serta memberikan informasi-informasi mengenai produk yang dikonsumsi..... | 8 |
| Gambar 1.11: Menunjukkan bahwa Frut-O Surabaya mempunyai Interaction Quality atau Personal Interaction Quality yang baik. Hal ini membuat pelanggan menjadi nyaman..... | 10 |
| Gambar 2.1: Model Penelitian..... | 33 |
| Gambar 3.1: Diagram Alur Kerangka Pemikir Teoritis..... | 47 |
| Gambar 4.1: Logo Frut-O Gelato Surabaya..... | 54 |
| Gambar 4.2: Responden Berdasarkan Usia..... | 55 |
| Gambar 4.3: Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 57 |
| Gambar 4.4: <i>Confirmatory Analysis Food Quality</i> (FQ), <i>Personal Interaction Quality</i> (PIQ), <i>Physical Environment Quality</i> (PEQ), dan <i>Perceived Value</i> (PV)..... | 82 |
| Gambar 4.5: <i>Confirmatory Analysis Satisfaction</i> (S), <i>Trust</i> (T), <i>Commitment</i> (C), dan <i>Customer Loyalty</i> (CL)..... | 84 |
| Gambar 4.6: <i>Full Structural Equation Model</i> | 86 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|-----|
| Tabel 3.1 Desain Inti Kuesioner..... | 40 |
| Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel..... | 41 |
| Tabel 3.3 Keterangan Indikator Konstruk..... | 46 |
| Tabel 3.4 Keterangan Hubungan Konstruk..... | 47 |
| Tabel 3.5 Hasil Konversi ke dalam Persamaan Model Pengukuran | 48 |
| Tabel 3.6 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model (<i>Goodness of Fit Index</i>)..... | 52 |
| | |
| Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia..... | 56 |
| Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 57 |
| Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel..... | 58 |
| Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Food Quality</i> | 58 |
| Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap <i>Personal Interaction Quality</i> | 59 |
| Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap <i>Physical Environment Quality</i> | 60 |
| Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap <i>Perceived Value</i> | 61 |
| Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap <i>Satisfaction</i> | 62 |
| Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap <i>Trust</i> | 63 |
| Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap <i>Commitment</i> | 64 |
| Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Loyalty</i> | 65 |
| Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Food Quality</i> | 66 |
| Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Personal Interaction Quality</i> | 68 |
| Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Physical Environment Quality</i> | 69 |
| Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Perceived Value</i> | 71 |
| Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Satisfaction</i> | 72 |
| Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Trust</i> | 73 |
| Tabel 4.18 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Commitment</i> | 74 |
| Tabel 4.19 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Customer Loyalty</i> | 75 |
| Tabel 4.20 <i>Goodness of Fit Index</i> | 77 |
| Tabel 4.21 Hasil Uji Normalitas Data..... | 79 |
| Tabel 4.22 Statistik Deskriptif Z-Score..... | 80 |
| Tabel 4.23 <i>Mahalonobis Distance</i> | 81 |
| Tabel 4.24 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor <i>Loading Food Quality, Personal Interaction Quality, Physical Environment Quality, dan Perceived Value</i> | 83 |
| Tabel 4.25 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor <i>Loading Satisfaction, Trust, Commitment, dan Customer Loyalty</i> | 85 |
| Tabel 4.26 <i>Index Pengujian Kelayakan</i> | 86 |
| Tabel 4.27 <i>Regression Weights Full Structural Equation Model</i> | 87 |
| Tabel 4.28 Uji <i>Reability</i> | 89 |
| Tabel 4.29 Hasil Uji Hipotesis..... | 90 |
| Tabel 4.30 Indikator Variabel <i>Food Quality</i> | 103 |
| Tabel 4.31 Indikator Variabel <i>Personal Interaction Quality</i> | 105 |
| Tabel 4.32 Indikator Variabel <i>Physical Environment Quality</i> | 106 |
| Tabel 4.33 Indikator Variabel <i>Perceived Value</i> | 108 |

| | |
|---|-----|
| Tabel 4.34 Indikator Variabel <i>Satisfaction</i> | 109 |
| Tabel 4.35 Indikator Variabel <i>Trust</i> | 111 |
| Tabel 4.36 Indikator Variabel <i>Commitment</i> | 112 |
| Tabel 4.37 Indikator Variabel <i>Customer Loyalty</i> | 114 |
| | |
| Tabel 5.1 Implikasi Teoritis..... | 128 |
| Tabel 5.2 Implikasi Manajerial..... | 135 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|-----------------|-----|
| LAMPIRAN A..... | A-1 |
| LAMPIRAN B..... | B-1 |
| LAMPIRAN C..... | C-1 |
| LAMPIRAN D..... | D-1 |