

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan segala puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang selalu menjaga, menopang dan memberikan hikmat sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Ekonomi di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.

Pada penelitian ini, penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari kata 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.

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

1. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M., CSMA, CDM, PMA selaku *Executive Director* 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 kepala program manajemen yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang telah saya lalui selama berkuliah di UPH Surabaya,
3. Bapak Dr. Yannuar Dananjaya, B.Sc., M.M, selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu membimbing saya dalam mengerjakan tugas akhir ini hingga dapat selesai tepat pada waktunya. Tugas akhir yang telah diberikan ini dapat menambah ilmu dan wawasan bagi penulis.

4. Bapak Hananiel Mennoverdi Gunawan, BA, MBA., selaku dosen penguji pertama yang turut memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya yang sudah membantu memberikan masukan dan arahan.
6. Keluarga saya, Papa, Mama dan adik-adik saya yang telah memberikan dorongan semangat dan senantiasa mendoakan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan saya, Grace, Fiona, Shania, Natalia, Erlin, Imelda, Novilia, Franklin dan Kenny yang telah menyemangati dan sudah banyak membantu serta memberikan saran-saran 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, 14 September 2020

Verren Olivia Carrayanta

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR</b>	
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING</b>	
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Batasan Masalah.....	13
1.3 Rumusan Masalah .....	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Manfaat Penelitian.....	16
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	16
1.5.2 Manfaat Praktis .....	16
1.6 Sistematika penulisan .....	17
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>19</b>
2.1 Landasan Teori .....	19
2.1.1 Service Quality .....	19
2.1.1.1 Food Quality .....	21
2.1.1.2 Employee Service Quality .....	24
2.1.1.3 Physical Environment Quality .....	26
2.1.2 Experience Quality .....	27
2.1.2.1 Hedonic.....	29
2.1.2.2 Peace of mind .....	30
2.1.2.3 Recognition.....	32
2.1.3 Perceived Value .....	33
2.1.4 Attitude .....	35
2.1.5 Customer Loyalty .....	36
2.2 Penelitian Terdahulu.....	38
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	40
2.3.1 Pengaruh Food Quality terhadap Perceived Value .....	40

2.3.2 Pengaruh Employee Service Quality ke Perceived Value .....	41
2.3.3 Pengaruh Physical Environment Quality ke Perceived Value .....	41
2.3.4 Pengaruh Hedonic ke Perceived Value .....	42
2.3.5 Pengaruh Peace of Mind ke Perceived Value .....	42
2.3.6 Pengaruh Recognition ke Perceived Value .....	43
2.3.7 Pengaruh Perceived Value ke Attitude .....	44
2.3.8 Pengaruh Perceived Value terhadap Loyalty .....	44
2.3.9 Pengaruh Attitude kepada Customer Loyalty .....	45
2.4 Metode Penelitian .....	45
2.5 Bagan Alur Berpikir .....	45

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....48**

3.1 Jenis Penelitian dan Jenis Data .....	48
3.1.1 Jenis Penelitian .....	48
3.1.2 Jenis Data .....	49
3.2 Populasi dan Sampel .....	49
3.2.1 Populasi .....	49
3.2.2 Sampel .....	50
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	51
3.4 Definisi Operasional dan pengukuran Variabel .....	54
3.5 Metode Analisis Data .....	57

### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....71**

4.1 Gambaran Umum Djournal Coffee .....	71
4.1.1 Djournal Coffee .....	71
4.1.2 Profil Responden .....	73
4.1.2.1 Jenis Kelamin Responden .....	74
4.2 Analisis Data .....	76
4.2.1 Tanggapan Responden .....	76
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel .....	89
4.2.2.1 Penjelasan Responden terhadap Food Quality .....	89
4.2.2.2 Penjelasan responden Employee Service Quality .....	90
4.2.2.3 Penjelasan Responden terhadap Physical Environment Quality .....	92
4.2.2.4 Penjelasan Responden terhadap Hedonic .....	93
4.2.2.5 Penjelasan Responden terhadap Peace of Mind .....	95
4.2.2.6 Penjelasan Responden terhadap Recognition .....	96
4.2.2.7 Penjelasan Responden terhadap Perceived Value .....	99
4.2.2.8 Penjelasan Responden terhadap Attitude .....	100
4.2.2.9 Penjelasan Responden terhadap Customer Loyalty .....	101

4.2.3 Hasil Pengujian Kualitas Data .....	103
4.2.3.1 Evaluasi Normalitas Data.....	105
4.2.3.2 Evaluasi Outliners .....	106
4.2.3.3 Analisis Faktor Konfirmatori (Confirmatory Factor Analysis) .....	104
4.2.4 Analisis Full Sctructural Equation Modeling .....	114
4.2.5 Uji Reliability .....	118
4.2.6 Hasil Pengujian Hipotesis.....	120
4.2.6.1 Pengujian Hipotesis 1 (H1) .....	121
4.2.6.2 Pengujian Hipotesis 2 (H2).....	121
4.2.6.3 Pengujian Hipotesis 3 (H3) .....	122
4.2.6.4 Pengujian Hipotesis 4 (H4) .....	123
4.2.6.5 Pengujian Hipotesis 5 (H5).....	123
4.2.6.6 Pengujian Hipotesis 6 (H6).....	124
4.2.6.7 Pengujian Hipotesis 7 (H7).....	125
4.2.6.8 Pengujian Hipotesis 8 (H8).....	125
4.2.6.9 Pengujian Hipotesis 9 (H9).....	126
4.3 Pembahasan .....	127
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>150</b>
5.1 Simpulan.....	150
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis.....	151
5.1.1.1 Pengaruh Food quality terhadap Perceived value .....	151
5.1.1.2 Pengaruh Employee service quality terhadap Perceived value .....	152
5.1.1.3 Pengaruh Physical environment quality terhadap Perceived value....	152
5.1.1.4 Pengaruh Hedonic terhadap Perceived value .....	153
5.1.1.5 Pengaruh Peace of mind terhadap Perceived value.....	154
5.1.1.6 Pengaruh Recognition terhadap Perceived value .....	155
5.1.1.7 Pengaruh Perceived value terhadap Attitude .....	155
5.1.1.8 Pengaruh Perceived value terhadap Customer loyalty.....	156
5.1.1.9 Pengaruh Attitude terhadap Customer loyalty .....	157
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian .....	157
5.2 Implikasi .....	159
5.2.1 Implikasi teoritis .....	159
5.2.2 Implikasi Manajerial.....	160
5.3 Rekomendasi .....	168

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR GAMBAR

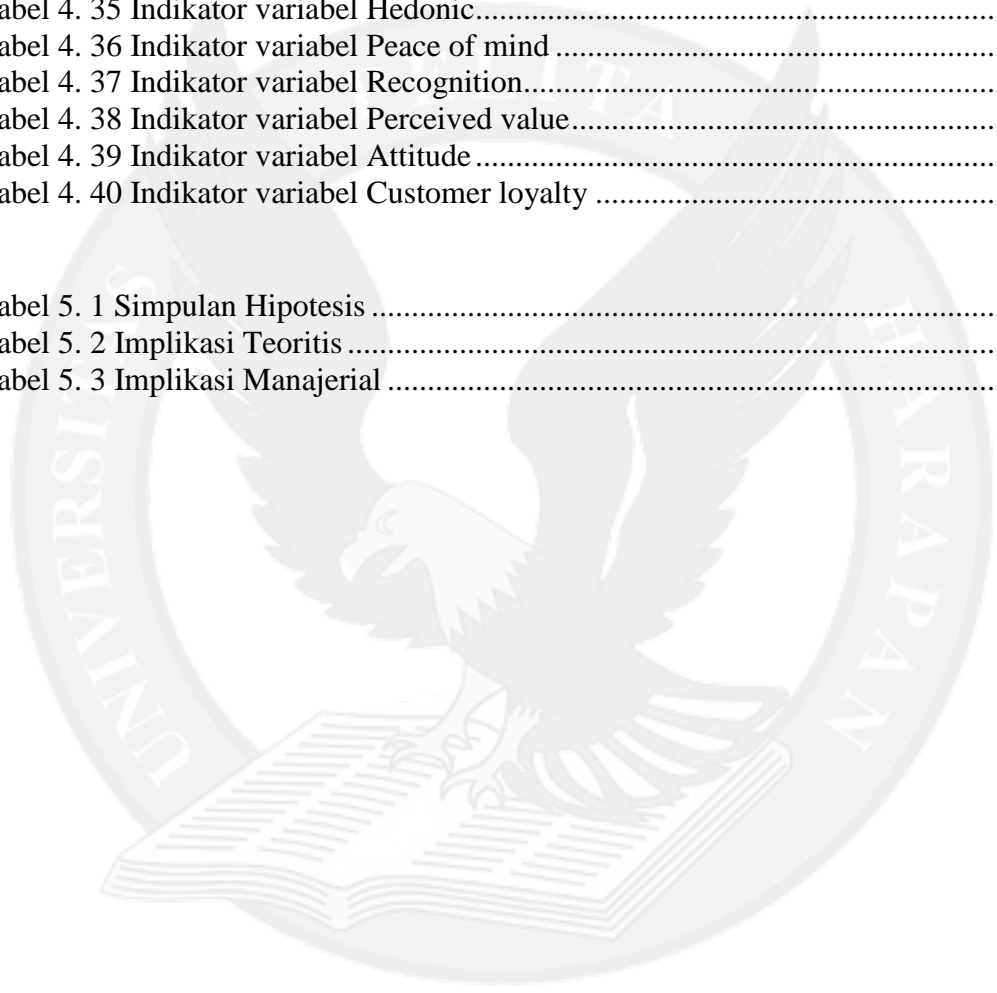
Gambar 1.1 Logo Djournal .....	4
Gambar 1.2 Djournal Coffee Tunjungan Plaza Surabaya.....	7
Gambar 1.3 Kualitas makanan dan minuman Djournal Coffee .....	9
Gambar1.4 Desain suasana Djournal Coffee .....	10
Gambar 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	39
Gambar 2.2 Model penelitian.....	45
Gambar 3.1 Diagram alur kerangka pemikiran teoritis.....	60
Gambar 4. 1 Logo Djournal .....	72
Gambar 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin .....	75
Gambar 4. 3 Analisis pengaruh Service quality dan Experience quality terhadap Customer loyalty melalui Perceived value dan Attitude pada pelanggan Djournal coffee di Surabaya.....	110
Gambar 4. 4 Confirmatory Analysis Perceived value, Attitude dan Customer loyalty .....	113
Gambar 4. 5 Full Structural Equation Model.....	115



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data jumlah restaurant .....	2
Tabel 3.1 Desain inti Kuisisioner .....	42
Tabel 3.2 Definisi operasional variabel .....	42
Tabel 3.3 Keterangan indikator konstruk .....	49
Tabel 3.4 Keterangan hubungan kontruk .....	51
Tabel 3.5 Hasil konversi ke dalam persamaan .....	52
Tabel 3.6 Kriteria goodness of fit index .....	56
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden .....	74
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	75
Tabel 4. 3 Derajat penilaian setiap variabel .....	77
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden terhadap Food quality .....	77
Tabel 4. 5 Tanggapan responden terhadap Employee service quality .....	78
Tabel 4. 6 Tanggapan responden terhadap Physical environment quality.....	79
Tabel 4. 7 Tanggapan responden terhadap Hedonic .....	81
Tabel 4. 8 Tanggapan responden terhadap Peace of mind.....	82
Tabel 4. 9 Tanggapan responden terhadap Recognition .....	83
Tabel 4. 10 Tanggapan responden terhadap Perceived value .....	85
Tabel 4. 11 Tanggapan responden terhadap Attitude.....	86
Tabel 4. 12 Tanggapan responden terhadap Customer loyalty .....	87
Tabel 4. 13 Distribusi jawaban responden terhadap variabel Food quality .....	89
Tabel 4. 14 Distribusi jawaban responden terhadap variabel Employee service quality .....	90
Tabel 4. 15 Distribusi jawaban responden terhadap variabel Physical environment quality.....	92
Tabel 4. 16 Distribusi jawaban responden terhadap variabel Hedonic .....	93
Tabel 4. 17 Distirbusi jawaban responden terhadap variabel Peace of mind.....	95
Tabel 4. 18 Distribusi jawaban responden terhadap variabel Recognition .....	97
Tabel 4. 19 Distribusi jawaban responden terhadap variabel Perceived value .....	98
Tabel 4. 20 Distribusi jawaban responden terhadap variabel Attitude .....	100
Tabel 4. 21 Distribusi jawaban responden terhadap variabel Customer loyalty.....	101
Tabel 4. 22 Goodness of fit Index .....	104
Tabel 4. 23 Hasil Uji Normalitas Data.....	105
Tabel 4. 24 Statistik Deskriptif Z-score .....	107
Tabel 4. 25 Mahalobis Dsintance.....	108
Tabel 4. 26 Uji bobot faktor dan nilai faktor loading Food quality, Employee service quality, Physical environment quality , Hedonic , Peace of mind dan Recognition .	111
Tabel 4. 27 Uji bobot faktor dan nilai faktor loading Perceived value, Attitude dan Customer loyalty .....	114

Tabel 4. 28 Index pengujian kelayakan .....	116
Tabel 4. 29 Regression Weight Full Structural Equation Model .....	116
Tabel 4. 30 Uji Realibility.....	119
Tabel 4. 31 Hasil uji hipotesis.....	120
Tabel 4. 32 Indikator variabel Food quality.....	136
Tabel 4. 33 Indikator variabel Employee service quality .....	137
Tabel 4. 34 Indikator variabel Physical environment quality .....	139
Tabel 4. 35 Indikator variabel Hedonic.....	141
Tabel 4. 36 Indikator variabel Peace of mind .....	142
Tabel 4. 37 Indikator variabel Recognition.....	144
Tabel 4. 38 Indikator variabel Perceived value.....	145
Tabel 4. 39 Indikator variabel Attitude.....	146
Tabel 4. 40 Indikator variabel Customer loyalty .....	148
Tabel 5. 1 Simpulan Hipotesis .....	150
Tabel 5. 2 Implikasi Teoritis .....	159
Tabel 5. 3 Implikasi Manajerial .....	166





## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A : KUISIONER .....	A-1
LAMPIRAN B : TABULASI DATA KUISIONER.....	B-1
LAMPIRAN C : HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF.....	C-7
LAMPIRAN D : HASIL PENGUJIAN STRUCTURAL EQUATION MODEL...	D-1
LAMPIRAN E : HASIL TURNITIN.....	E-1

