

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang terus memberikan hikmat, kekuatan dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar studi Strata satu Sarjana Ekonomi di Universitas Pelita Harapan Kampus 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 studi kasus ini.

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

1. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M.,CSMA., CDM., PMA selaku *executive director* yang sangat banyak membantu dalam kehidupan perkuliahan saya, baik dalam memberi saran, waktu dan tenaga, kepada saya selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.
2. Ibu Dr. Amelia SE.,RFP-I, M.M.,CSMA. selaku dosen pembimbing yang telah sangat banyak membantu, membimbing, memberi perhatian, tenaga, serta memberikan dorongan kepada saya dari awal perkuliahan dan selama proses penelitian ini dari awal hingga penelitian ini selesai.
3. Bapak Hananiel M. Gunawan, BA, M.BA, selaku dosen penguji pertama yang turut memberikan masukan dan

- arahana dalam penyelesaian penelitian ini.
4. Bapak Dr. Yanuar Dananjaya, B.Sc, M.M., selaku dosen pembimbing akademik yang selalu mengingatkan dan memberi arahan selama masa perkuliahan saya di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.
 5. Orang tua, saudara, dan seluruh keluarga yang senantiasa mendoakan, memberikan semangat serta dukungan hingga penelitian ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.
 6. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini.

Penulis hanya mampu memberikan doa agar Tuhan Yesus Kristus berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekaligus. Semoga skripsi ini dapat menambah wawasan dan bermanfaat bagi para pembaca terutama pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama.

Surabaya. 29 Juli 2020

Andreas Gunawan

DAFTAR ISI

halaman

HALAMAN JUDUL

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

PERSUTUJUAN DOSEN PEMBIMBING

LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

ABSTRAK.....	iv
---------------------	-----------

ABSTRACT.....	v
----------------------	----------

KATA PENGANTAR	vi
-----------------------------	-----------

DAFTAR ISI	ix
-------------------------	-----------

DAFTAR GAMBAR	xi
----------------------------	-----------

DAFTAR TABEL	xii
---------------------------	------------

DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
-----------------------------	------------

BAB I PENDAHULUAN.....1

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Masalah	10
1.3.Rumusan Masalah	11
1.4.Tujuan Penelitian	12
1.5.Manfaat Penelitian	12
1.5.1....Manfaat Teoritis	12
1.5.2....Manfaat Praktis.....	13
1.6.Sistematika Penulisan	13

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS....15

2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 <i>Repurchase Intention</i>	15
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i>	17
2.1.3 <i>Atmosphere</i>	18
2.1.4 <i>Convenience</i>	19
2.1.5 <i>Price</i>	20
2.1.6 <i>Service Quality</i>	21
2.1.7 <i>Food Quality</i>	23
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Pengembangan Hipotesis	26
2.3.1 Pengaruh <i>Food Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	26
2.3.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	27
2.3.3 Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	28
2.3.4 Pengaruh <i>Convenience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	28
2.3.5 Pengaruh <i>Atmosphere</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	29
2.3.6 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	29
2.4 Model Penelitian.....	31
2.5 Bagan Alur Berpikir.....	32

BAB III METODOLOGI PENELITIAN34

3.1 Jenis Penelitian	34
----------------------------	----

3.1.1 Jenis Data	35
3.1.2 Sumber Data	35
3.2 Populasi dan Sampel	36
3.2.1 Populasi	36
3.2.2 Sampel	36
3.3 Metode Pengumpulan Data	38
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	42
3.5 Metode Analisis Data	45
3.5.1 Pengolahan Data	45
3.5.2 Pengujian Hipotesis	45
3.5.2.1 Uji Validitas	46
3.5.2.2 Uji Reabilitas	47
3.5.2.3 Uji Asumsi Klasik	47
3.5.2.4 Analisis Linier Regresi Berganda (<i>Multiple Regression</i>)	50
3.5.2.5 Koefisien Korelasi	52
3.5.2.6 Koefisien Determinasi (R^2)	52
3.5.2.7 Uji Signifikansi Simultan (Uji-F).....	53
3.5.2.8 Uji Signifikansi Parsial (Uji-T).....	53
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Gambaran Umum Restoran Pizza Hut Indonesia.....	55
4.2 Analisis Data.....	56
4.2.1 Statistik Deskriptif	56
4.2.1.1 Karakteristik Responden	56
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	57
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.2.1.4 Tanggapan Responden	59
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel	67
4.2.2.1 Penjelasan Responden terhadap <i>Food Quality</i>	70
4.2.2.3 Penjelasan Responden terhadap <i>Service Quality</i>	71
4.2.2.4 Penjelasan Responden terhadap <i>Price</i>	73
4.2.2.5 Penjelasan Responden terhadap <i>Convenience</i>	74
4.2.2.6 Penjelasan Responden terhadap <i>Atmosphere</i>	75
4.2.2.7 Penjelasan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	76
4.2.2.8 Penjelasan Responden terhadap <i>Repurchase Intention</i>	77
4.2.3 Uji Validitas	79
4.2.4 Uji Reliabilitas	80
4.2.5 Pengujian Asumsi Klasik Regresi	81
4.2.5.1 Uji Normalitas	81
4.2.5.2 Uji Multikolinearitas.....	83
4.2.5.4.Uji Heterokedastisitas	84
4.3.5.4.Uji Linearitas	85
4.3 Metode Analisis Statistik.....	86
4.3.1 Analisis Regresi	87
4.3.1.1 Analisis Regresi Berganda	88
4.3.2 Analisis Koefisien Korelasi	89
4.3.2.1 Analisis Koefisien Korelasi Sederhana.....	90
4.3.2.2 Analisis Koefisien Korelasi Berganda.....	91

4.3.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	92
4.4 Metode Pengujian Hipotesis	93
4.4.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)	94
4.4.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji-T)	95
4.5 Pembahasan	96
BAB V KONKLUSI, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI.....	116
5.1 Kesimpulan	116
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis	116
5.1.1.1 Pengaruh Food Quality terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	116
5.1.1.2 Pengaruh Service Quality terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	117
5.1.1.3 Pengaruh Price terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	118
5.1.1.4 Pengaruh Convenience terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	119
5.1.1.5 Pengaruh Atmosphere terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	120
5.1.1.6 Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Repurhcase Intention....	121
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	122
5.2 Implikasi	124
5.2.1 Implikasi Teoritis	124
5.2.2 Implikasi Manajerial	125
5.3 Rekomendasi	132

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Pizza Hut.....	3
Gambar 1.2 Rating Pizza Hut.....	7
Gambar 1.3 Amosfer Pizza Hut.....	8
Gambar 1.4 Tempat Parkir Pizza Hut.....	9
Gambar 1.5 Ulasan mengenai Harga.....	10
Gambar 1.6 Pelayan Pizza Hut.....	11
Gambar 1.7 Menu Pizza Hut dan Buku Menu.....	11
Gambar 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	27
Gambar 2.2 Model Penelitian.....	33
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Usia	61
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Jenis kelamin	62
Gambar 4.3 Scatterplot Uji Normalitas <i>Customer Satisfaction</i>	83
Gambar 4.4 Scatterplot Uji Normalitas <i>Repurchase Intention</i>	89
Gambar 4.5 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Customer Satisfaction</i>	90
Gambar 4.6 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Repurchase Intention</i>	91
Gambar 4.7 Hasil Penelitian.....	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Restoran Pizza di Surabaya.....	3
Tabel 3.1 Desain Inti Kuesioner.....	42
Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	45
Tabel 3.3 Rules of Thumb Ukuran Koefisien Determinasi.....	57
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	61
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel.....	64
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	64
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	66
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap <i>Food Quality</i>	67
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap <i>Service Quality</i>	69
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap <i>Price</i>	70
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap <i>Convenience</i>	71
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap <i>Atmosphere</i>	73
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden Terhadap <i>Food Quality</i>	74
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden Terhadap <i>Service Quality</i>	76
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden Terhadap <i>Price</i>	78
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden Terhadap <i>Convenience</i>	79
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden Terhadap <i>Atmosphere</i>	81
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	82
Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	84
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas <i>Repurchase Intention</i>	85
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas <i>Customer Satisfaction</i>	85
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas <i>Food Quality</i>	86
Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas <i>Service Quality</i>	86
Tabel 4.22 Hasil Uji Validitas <i>Price</i>	86
Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas <i>Convenience</i>	86
Tabel 4.24 Hasil Uji Validitas <i>Atmosphere</i>	86
Tabel 4.25 Uji Reabilitas.....	87
Tabel 4.26 Uji Kolmogorov Smirnov (K-S).....	88
Tabel 4.27 Nilai Tolerance dan VIF.....	89
Tabel 4.28 Spearman Test Correlation.....	91
Tabel 4.29 Hasil Uji Linearitas.....	92
Tabel 4.30 Hasil Uji Regresi Berganda (CS*RI).....	93
Tabel 4.31 Hasil Uji Regresi Berganda (FQ, SQ, P, C, A*CS).....	94
Tabel 4.32 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2) I.....	97
Tabel 4.33 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2) II.....	98
Tabel 4.34 Hasil Uji F.....	98
Tabel 4.35 Hasil Uji T.....	99
Tabel 4.36 Indikator Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	108
Tabel 4.37 Indikator Variabel <i>Atmosphere</i>	110
Tabel 4.38 Indikator Variabel <i>Price</i>	111
Tabel 4.39 Indikator Variabel <i>Service Quality</i>	113
Tabel 4.40 Indikator Variabel <i>Food Quality</i>	115
Tabel 4.41 Indikator Variabel <i>Convenience</i>	118
Tabel 4.42 Indikator Variabel <i>Repurchase Intention</i>	120

Tabel 5.1 Implikasi Teoritis.....	130
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial.....	137



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUESIONER.....	A-1
LAMPIRAN B: TABULASI DATA KUESIONER.....	B-1
LAMPIRAN C: HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF.....	C-1
LAMPIRAN D: HASIL TURNITIN.....	D-1

