

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang memberikan kesempatan dalam menyelesaikan tugas akhir dengan judul “**PENGARUH *SERVICE QUALITY, FOOD QUALITY, ATMOSPHERE* TERHADAP *SATISFACTION, TRUST, COSTUMERS LOYALTY* PADA **KEDAI ES KRIM ZANGRANDI YOS SUDARSO SURABAYA**” sebagai persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Manajemen di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya. 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 selaku Direktur Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya dan selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan segala waktunya, tenaga, serta memberikan dorongan yang begitu besar kalau kamu pasti bisa, dari awal hingga penelitian ini bisa di selesaikan dengan baik dan banyak membantu penulis selama proses pembelajaran di UPH kampus Surabaya hingga penulis bisa menyelesaikan penelitian ini.
2. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M., selaku ketua jurusan manajemen dan dosen pembimbing kedua yang telah membantu dan memberikan saran-saran dan juga arahan agar kita selalu semangat dan membimbing dengan baik serta perhatian yang tak habis – habis nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.

3. Bapak William Santoso, S.E., M.Ak. selaku dosen serta penguji pertama yang turut serta dalam memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.
4. Ibu Dr. Oliandes Sondakh, S.E., M.M. selaku dosen serta penguji kedua yang berperan dalam memberikan masukan dan arahan kepada penulis agar dapat menyelesaikan penelitian ini.
5. Bapak & Ibu dosen jurusan manajemen yang telah mendidik penulis selama kurang lebih 3 tahun ini
6. Keluarga saya, Papa, Ibu dan adik saya yang terus membantu dengan doanya, serta memberikan semangat agar cepat menyelesaikan penelitian ini.
7. Tunangan saya Risa Nadya Septiani, S.Ak., dan teman teman baik penulis yaitu Radityo Mahendra Danyanto, Evandrew Wahyu, Fandy Setiawan, Kevin Kimade, Gabriel Gianni, Ricky Santoso, Jason Hernando dan Abraham Purnama yang telah membantu kelancaran penelitian ini

Akhir kata, Penulis menyadari akan banyaknya kekurangan dalam Tugas Akhir ini. Sehingga segala kritik dan saran atas penelitian ini sangat bermanfaat untuk penelitian ini dan penelitian selanjutnya.

Surabaya, 13 September 2020

## DAFTAR ISI

halaman

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TUGS AKHIR</b>	
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING</b>	
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR</b>	
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xviii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Batasan Masalah.....	13
1.3 Rumusan Masalah .....	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Manfaat Penelitian.....	14
1.5.1 Manfaat teoritis .....	14
1.5.2 Manfaat Praktis .....	15

1.6	Sistematika Penulisan.....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....</b>		
2.1	Landasan Teori .....	17
2.1.1	<i>Service Quality</i> .....	17
2.1.2	<i>Food Quality</i> .....	21
2.1.3	<i>Atmosphere</i> .....	28
2.1.4	<i>Satisfaction</i> .....	35
2.1.5	<i>Trust</i> .....	42
2.1.6	<i>Costumers Loyalty</i> .....	46
2.2	Penelitian Terdahulu.....	52
2.3	Pengembangan Hipotesis .....	56
2.3.1	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Satisfaction</i> .....	56
2.3.2	Pengaruh <i>Food Quality</i> terhadap <i>Satisfaction</i> .....	57
2.3.3	Pengaruh <i>Atmosphere</i> terhadap <i>Satisfaction</i> .....	58
2.3.4	Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Trust</i> .....	59
2.3.5	Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Costumers Loyalty</i> .....	59
2.3.6	Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Costumers Loyalty</i> .....	60
2.4	Model Penelitian.....	62
2.5	Bagan Alur Berpikir .....	63
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		
		64

3.1	Jenis Penelitian .....	64
3.2	Populasi dan Sampel .....	65
3.2.1	Populasi .....	65
3.5.1	<i>Sampel</i> .....	65
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	67
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	70
3.5	Metode Analisis Data .....	72
3.5.1	<i>Pengolahan Data</i> .....	72
3.5.2	<i>Pengujian Hipotesis</i> .....	72
3.5.3	Uji Reliabilitas .....	84
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b> .....		86
4.1	Gambaran Umum Kedai Es Krim Zangrandi Surabaya .....	86
4.2	Analisis Data .....	87
4.2.1	Statistik Deskriptif .....	87
4.2.1.1	Karakteristik Responden .....	87
4.2.1.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia .....	88
4.2.1.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	89
4.2.1.4	Tanggapan Responden .....	90
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel .....	101
4.2.2.1	Penjelasan Responden Terhadap <i>Service Quality</i> .....	101

4.2.2.2	Penjelasan Responden Terhadap <i>Food Quality</i> .....	102
4.2.2.3	Penjelasan Responden Terhadap <i>Atmosphere</i> .....	104
4.2.2.4	Penjelasan Responden Terhadap <i>Satisfaction</i> .....	107
4.2.2.5	Penjelasan Responden Terhadap <i>Trust</i> .....	108
4.2.2.6	Penjelasan Responden Terhadap <i>Costumers Loyalty</i> .....	109
4.2.3	Hasil Pengujian Kualitas Data .....	110
4.2.3.1	Evaluasi Normalitas Data .....	112
4.2.3.2	Evaluasi <i>Outliers</i> .....	114
4.2.3.2.1	Univariate <i>Outliers</i> .....	114
4.2.3.3	Evaluasi <i>Multicollinearity</i> dan <i>Singularity</i> .....	117
4.2.3.4.1	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen.....	118
4.2.3.4.1	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen .....	120
4.2.3.5	Analisis <i>Full Structural Equation Modeling</i> .....	121
4.2.3.1	Uji Reliability .....	125
4.2.4	Hasil Pengujian Hipotesis .....	126
4.2.4.1	Pengujian Hipotesis 1 (H1) .....	127
4.2.4.2	Pengujian Hipotesis 2 (H2).....	127
4.2.4.3	Pengujian Hipotesis 3 (H3).....	128
4.2.4.4	Pengujian Hipotesis 4 (H4).....	129
4.2.4.5	Pengujian Hipotesis 5 (H5).....	129

4.2.4.6	Pengujian Hipotesis 6 (H6).....	130
4.3	Pembahasan .....	131
<b>BAB V KESIMPULAN.....</b>		<b>155</b>
5.1	Simpulan.....	155
5.1.1	Kesimpulan Hipotesis .....	155
5.1.1.1	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Satisfaction</i> .....	155
5.1.1.2	Pengaruh <i>Food Quality</i> terhadap <i>Satisfaction</i> .....	156
5.1.1.3	Pengaruh <i>Atmosphere</i> terhadap <i>Satisfaction</i> .....	157
5.1.1.4	Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Trust</i> .....	158
5.1.1.5	Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	158
5.1.1.6	Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	159
5.1.2	Simpulan Masalah Penelitian .....	159
5.2	Implikasi.....	161
5.2.1	Implikasi Teoritis .....	161
5.2.2	Implikasi Manajerial .....	162
5.3	Rekomendasi .....	169

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1.....	4
Tabel 2. 1 Empat jenis loyalitas .....	50
Tabel 3. 1 Kriteria dan Skor Penilaian dengan skala Likert.....	68
Tabel 3. 2 Desain Inti Kuisisioner .....	69
Tabel 3. 3 Definisi Operasional.....	70
Tabel 3. 4 Keterangan Indikator Konstruk.....	77
Tabel 3. 5 Keterangan Hubungan Konstruk.....	78
Tabel 3. 6 Hasil Konversi ke Dalam Persamaan Model Pengukuran Konstruk Eksogen.....	79
Tabel 3. 7 Hasil Konversi ke Dalam Persamaan Model Pengukuran Konstruk Endogen.....	79
Tabel 3. 8 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model.....	83
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Usia.....	88
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	89
Tabel 4. 3 Penilaian Interval Variabel.....	91
Tabel 4. 4 Variabel Service Quality .....	92
Tabel 4. 5 Variabel Food Quality .....	94
Tabel 4. 6 Variabel Satisfaction .....	96
Tabel 4. 7 Variabel Satisfaction .....	97



Tabel 4. 8 Variabel Trust.....	99
Tabel 4. 9 Variabel Costumers Loyalty .....	100
Tabel 4. 10 Distribusi Jawaban Responden Variabel Service Quality.....	101
Tabel 4. 11 Distribusi Jawaban Responden Variael Food Quality .....	102
Tabel 4. 12 Distribusi Jawaban Responden Variael Atmosphere .....	104
Tabel 4. 13 Distribusi Jawaban Responden Variabel Satisfaction.....	107
Tabel 4. 14 Distribusi Jawaban Responden Variabel Trust .....	108
Tabel 4. 15 Distribusi Jawaban Responden Variabel Costumers Loyalty .....	109
Tabel 4. 16 Hasil uji normalitas data.....	113
Tabel 4. 17 Statistik Deskriptif Z-Score.....	114
Tabel 4. 18 Mahalonobis Distance .....	116
Tabel 4. 19 Konstruk Eksogen .....	119
Tabel 4. 20 Konstruk Endogen.....	121
Tabel 4. 21 Tabel Uji Kelayakan .....	123
Tabel 4. 22 Regression Weight Full Structural Equation Model .....	123
Tabel 4. 23 Reliability Construct .....	125
Tabel 4. 24 Hasil Uji Hipotesis .....	127
Tabel 4. 25 Lambda Loading Variabel Atmosphere .....	134
Tabel 4. 26 Lamba Loading Variabel Satisfaction.....	140
Tabel 4. 27 Lambda Loading Variabel Service Quality.....	142
Tabel 4. 28 Lambda Loading Food Quality .....	144
Tabel 4. 29 Lambda Loading Variabel Costumers Loyalty .....	149
Tabel 4. 30 Lambda Loading Variabel Trust .....	152

Tabel 5. 1 Implikasi Teoritis .....	161
Tabel 5. 2 Implikasi Manajerial .....	168



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Review Pengunjung Traveloka (2020).....	8
Gambar 1. 2 Review Pengunjung Pergikuliner (2020) .....	8
Gambar 1. 3 Postingan Instagram Menteri Pariwisata (2020) .....	9
Gambar 2. 1 Siklus Pembelian .....	48
Gambar 2. 2 Characteristics of the survey sample .....	53
Gambar 2. 3 Structural model evaluation.....	54
Gambar 2. 4 Model Penelitian.....	62
Gambar 2. 5 Bagan Alur BerpikirLatar Belakang.....	63
Gambar 2. 5 Bagan Alur Berpikir .....	63
Gambar 3. 1 Diagram Alur.....	76
Gambar 4. 1 Responden Berdasarkan Usia.....	89
Gambar 4. 2 Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	90
Gambar 4. 4 Confirmatory Analysis Service Quality (SQ), Food Quality (FQ), dan Atmosphere (ATM).....	118
Gambar 4. 5 Konfirmatori Konstruk Endogen.....	120
Gambar 4. 6 Full Structural Equation Model .....	123

## DAFTAR LAMPIRAN

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

