

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Tugas Akhir dengan judul “ANALISIS PENGARUH *PRODUCT PERCEIVED QUALITY, SERVICE, ENVIRONMENT* DAN *ASSORTMENT* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PADA PELANGGAN DEPOT BU RUDY CABANG DHARMAHUSADA DI SURABAYA” ini ditujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini tidak akan dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini, yaitu kepada:

1. Bapak Dr. Ronald, ST, MM., CSMA, CDM, PMA selaku Executive Director dan Associate Dean UPH Kampus Surabaya.
2. Ibu Dr. Amelia, SE, MM., CSMA selaku Ketua Program Studi Manajemen
3. Bapak Dr. Ronald, ST, MM., CSMA, CDM, PMA selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan dan banyak memberikan masukan kepada penulis.
4. Ibu Dr. Oliandes Sondakh, SE, MM, selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan dan banyak memberikan masukan kepada penulis.
5. Bapak Wiliam Santoso, SE, M. Ak, selaku Penasehat Akademik Penulis

6. Semua dosen yang telah mengajar penulis selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.
7. Staf karyawan Fakultas Ekonomi yang telah membantu penulis dalam kegiatan administratif.
8. Staf karyawan perpustakaan yang telah membantu penulis hingga lulus kuliah. Ayah, ibu, kakak dan adik yang telah membantu penuli memberikan dukungan moril, doa dan kasih sayang.
9. Teman-teman seperjuangan, Erlin, Imel, Novi, Safira, Rista yang telah membantu dan memberikan semangat dan bantuan kepada penulis.
10. Juga kepada teman-teman akrab Firda, Ica, Mel, Firman, Aulia, yang selalu mendukung dan memberikan perhatian kepada penulis.
11. Semua pihak yang Namanya tidak bisa disebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat bermanfaat bagi penulis. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Surabaya, 14 September 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN IDENTITAS TIM PENGUJI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

ABSTRAK..... vi

ABSTRAK..... viii

KATA PENGANTAR..... x

DAFTAR ISI..... xii

DAFTAR GAMBARxvi

DAFTAR TABEL.....xvii

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Batasan Masalah 7

1.3 Rumusan Masalah..... 7

1.4 Tujuan Penelitian..... 9

1.5 Manfaat Penelitian..... 10

1.5.1 Manfaat Teoritis 10

1.5.2 Manfaat Praktis..... 10

1.6 Sistematika Penelitian..... 11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS 12

2.1 Landasan Teori 12

2.1.1 Product Perceived Quality..... 12

2.1.2 Service 13

2.1.3 Environment 15

2.1.4 Assortment	17
2.1.5 Satisfaction.....	18
2.1.6 Loyalty.....	20
2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	24
2.3.1 Pengaruh Product Perceived Quality Terhadap Satisfaction.....	24
2.3.2 Pengaruh Product Perceived Quality Terhadap Loyalty.....	24
2.3.3 Pengaruh Service Terhadap Satisfaction.....	25
2.3.4 Pengaruh Service Terhadap Loyalty.....	25
2.3.5 Pengaruh Environment Terhadap Satisfaction	26
2.3.6 Pengaruh Environment Terhadap Loyalty.....	26
2.3.7 Pengaruh Assortment Terhadap Satisfaction.....	27
2.3.8 Pengaruh Assortment Terhadap Loyalty.....	27
2.3.9 Pengaruh Satisfaction Terhadap Loyalty.....	28
2.4 Model Penelitian.....	29
2.5 Bagan Aur Berpikir.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Jenis Penelitian dan Jenis Data.....	33
3.1.1 Jenis penelitian.....	33
3.1.2 Jenis Data.....	33
3.2 Populasi dan Sampel.....	34
3.2.1 Populasi.....	34
3.2.2 Sampel.....	34
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	36
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	39
3.5 Metode Analisis Data.....	43
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	55

4.1	Gambaran Umum	55
4.1.1	Depot Bu Rudy cabang Dharmahasada di Surabaya.....	55
4.1.2	Profil Responden	56
4.1.2.1	Jenis Kelamin Responden.....	56
4.1.2.2	Usia Responden	57
4.2	Analisis Data.....	58
4.2.1	Tanggapan Responden	58
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel	66
4.2.2.1	Penjelasan Responden terhadap Product Perceived Quality	66
4.2.2.2	Penjelasan Responden terhadap Service.....	68
4.2.2.3	Penjelasan Responden terhadap Environment.....	70
4.2.2.4	Penjelasan Responden terhadap Assortment	71
4.2.2.5	Penjelasan Responden terhadap Satisfaction.....	73
4.2.2.6	Penjelasan Responden terhadap Loyalty	76
4.2.3	Hasil Pengujian Kualitas Data	78
4.2.3.1	Evaluasi Normalitas Data	79
4.2.3.2	Univariate Outliners	81
4.2.3.3	Multivariate Outliners.....	82
4.2.3.4	Evaluasi Multicollinearity dan Singularity.....	83
4.2.4	Analisis Faktor Konfirmatori (Canfirmatory Factor Analysis)	84
4.2.4.1	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen	84
4.2.4.2	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen.....	86
4.2.5	Analisis Full Structural Equation Modeling	88
4.2.6	Uji Reliability.....	91
4.2.6.1	Hasil Pengujian Hipotesis	92
4.2.6.2	Pengujian Hipotesis 1 (H1).....	93
4.2.6.3	Pengujian Hipotesis 2 (H2).....	95

4.2.6.4 Pengujian Hipotesis 3 (H3)	95
4.2.6.5 Pengujian Hipotesis 4 (H4)	95
4.2.6.6 Pengujian Hipotesis 5 (H5)	95
4.2.6.7 Pengujian Hipotesis 6 (H6)	96
4.2.6.8 Pengujian Hipotesis 7 (H7)	97
4.2.6.9 Pengujian Hipotesis 8 (H8)	97
4.2.6.10 Pengujian Hipotesis 9 (H9)	98
4.3 Pembahasan	98
BAB V KESIMPULAN	113
5.1 Ringkasan Penelitian	113
5.2 Kesimpulan	114
5.2.1 Kesimpulan Atas Hipotesis	114
5.2.1.1 Pengaruh Product Perceived Quality Terhadap Satisfaction	114
5.2.1.2 Pengaruh Product Perceived Quality Terhadap Loyalty	115
5.2.1.3 Pengaruh Service Terhadap Satisfaction	116
5.2.1.4 Pengaruh Service Terhadap Loyalty	116
5.2.1.5 Pengaruh Environment Terhadap Satisfaction	117
5.2.1.6 Pengaruh Environment Terhadap Loyalty	118
5.2.1.7 Pengaruh Assortment Terhadap Satisfaction	118
5.2.1.8 Pengaruh Assortment Terhadap Loyalty	119
5.2.1.9 Pengaruh Satisfaction Terhadap Loyalty	120
5.2.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian	120
5.3 Implikasi	122
5.3.1 Implikasi Teoritis	123
5.3.2 Implikasi Manajerial	126
5.4 Rekomendasi	130
DAFTAR PUSTAKA	131



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram kenaikan pertumbuhan ekonomi.....	1
Gambar 1.2 Logo Depot Bu Rudy.....	2
Gambar 1.3 Produk Depot Bu Rudy.....	3
Gambar 1.4 Service di Depot Bu Rudy.....	4
Gambar 1.5 Depot Bu Rudy Pusat.....	5
Gambar 1.6 Berbagai menu Depot Bu Rudy.....	5
Gambar 1.7 Pengembangan industri makanan dan minuman.....	6
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	29
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir Penelitian.....	32
Gambar 3.1 Diagram Alur Kerangka Pemikiran Teoritis.....	45
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	57
Gambar 4.2 Usia Responden.....	58
Gambar 4.3 Confirmatory analysis Product Preceived Quality.....	84
Gambar 4.4 Confirmatory analysis.....	87
Gambar 4.5 Full Structural Equation Model.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Desain Inti Kuisisioner	37
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	40
Tabel 3.3 Keterangan Indikator Konstruk.....	46
Tabel 3.4 Keterangan Hubungan Konstruk.....	47
Tabel 3.5 Hasil Konversi Ke Dalam Persamaan	49
Tabel 3.6 Kriteria Goodness of Fit Index.....	53
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	56
Tabel 4.2 Usia Responden.....	57
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel	59
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap Product Perceived Quality	59
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap Service	60
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap Environment	61
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap Assortment.....	62
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap Satsifaction	63
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap Loyalty	65
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Product.....	66
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Service	68
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Environment	70
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Assortment.....	72
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Satisfaction	74
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Loyalty	76
Tabel 4.16 Goodness of Fit	78
Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas Data.....	79
Tabel 4.18 Statistik Deskriptif Z-score	81

Tabel 4.19 Mahalobis Distance.....	83
Tabel 4.20 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading Product	85
Tabel 4.21 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading Satisfaction	88
Tabel 4.22 Index Pengujian Kelayakan	90
Tabel 4.23 Regression Weight Full Structural Equation Model	90
Tabel 4.24 Uji Reliability.....	91
Tabel 4.25 Hasil Uji Hipotesis	93
Tabel 4.26 Indikator Variabel Product Perceived Quality	106
Tabel 4.27 Indikator Variabel Service	108
Tabel 4.28 Indikator Variabel Environment	109
Tabel 4.29 Indikator Variabel Assortment.....	111
Tabel 4.30 Indikator Variabel Satisfaction	113
Tabel 4.31 Indikator Variabel Loyalty.....	114
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis	115
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial	128