

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang terus memberikan hikmat dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya ini, guna mendapatkan gelar akademik yaitu Manajemen Sarjana Strata Satu. 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 pengarahannya dari semua pihak untuk perbaikan tugas akhir ini.

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

1. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M., CSMA, CDM, PMA selaku *Dean of Surabaya Campus* yang memberikan arahan secara tidak langsung terkait pengarahannya pengerjaan tugas akhir yang harus dilakukan dalam upaya mendapatkan gelar akademik Sarjana Manajemen Strata Satu. Pak Ronald ini menjabat di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya sebagai *executive director* dan juga sebagai *associate dean*.
2. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I, M.M., selaku ketua program studi manajemen yang telah memberikan arahan dan semangat terkait pengerjaan tugas akhir ini, selain itu Bu Amel juga membimbing, memberi perhatian, tenaga, serta

memberikan dorongan kepada kami semua anak program manajemen dari awal perkuliahan dan selama proses pengerjaan tugas akhir ini dari awal hingga akhir.

3. Bapak Dr. William Santoso S.E., M.Ak., selaku dosen pembimbing utama saya yang telah memberikan bimbingan secara maksimal, dengan memberikan arahan jika terdapat kesalahan, lalu diberi tahu bagaimana yang semestinya. Selain itu Bapak William juga selalu mengingatkan terkait jadwal pengumpulan dan jangan sampai telat dalam pengumpulan skripsi tugas akhir ini. Terima kasih Bapak William Santoso, karena dengan bimbingan yang telah diberikan maka tugas akhir ini dapat diselesaikan tepat waktu.
4. Bapak Hananiel M. Gunawan BA., MBA., selaku dosen pembimbing kedua saya yang membantu, membimbing, serta memberikan masukan-masukan, dan juga perhatian kepada anak bimbingannya, sehingga saya sebagai penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini tepat waktu. Terima kasih Bapak Nathan, karena dengan bimbingan yang telah diberikan maka tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Dr. Yanuar Dananjaya, B.Sc., MM., selaku dosen penguji pertama yang telah memberikan arahan jika terdapat kesalahan dalam penelitian ini, dan disuruh memperbaiki kesalahan tersebut supaya bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu. Terima kasih Bapak Yanuar.
6. Dosen penguji kedua yang turut membantu saya dengan memberi masukan.
7. Ayah dan ibu saya yang senantiasa mendoakan, memberikan semangat serta

dukungan, dan membantu dalam hal finansial, mental dan spiritual sehingga penelitian studi kasus ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Terima kasih ayah dan ibu, saya sayang kalian berdua.

8. Teman saya, Yeremia Sesar Leonig dan Adriella Sartje yang telah menyemangati dan membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya, terutama dalam perihal format sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan sebagaimana mestinya serta tepat waktu dalam pengumpulan tugas akhir ini. Terima kasih teman-temanku, kalian sangat membantu saya.
9. Laptop saya yang telah memberikan semangat dalam bentuk tidak lelet dan juga tidak suka blank lagi, terima kasih laptopku, jasmu sungguh sangat berharga bagi kehidupan saya saat ini.
10. Gitar saya yang telah menemani saya disaat saya sedang stress dan kebingungan dalam mengerjakan tugas akhir ini, terima kasih gitar saya, jasmu sangatlah luar biasa dan sungguh berarti dalam menghibur saya supaya tidak stress lagi.
11. Pacar saya yang telah menyemangati saya, supaya tidak malas dalam mengerjakan tugas akhir ini, terima kasih pacarku yang baik hati.
12. Pihak-pihak lain yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, karena lumayan banyak juga yang telah membantu dengan cara memberikan semangat kepada saya, dan juga yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekaligus. Semoga tugas akhir ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas tugas akhir ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya. 24 Agustus 2021



Wayan Astawakra



DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL TUGAS AKHIR	i
IDENTITAS TIM PENGUJI	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iv
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan Penelitian	24
1.3 Rumusan Masalah	25
1.4 Tujuan Penelitian.....	26
1.5 Manfaat Penelitian.....	27
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	27
1.5.2 Manfaat Praktis	27
1.6 Sistematika Penulisan.....	28
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	30
2.1 Landasan Teori	30
2.1.1 <i>Customer Loyalty</i>	30
2.1.2 <i>Relationship Quality</i>	33
2.1.3 <i>Physical Environment</i>	36
2.1.4 <i>Food Quality</i>	40
2.1.5 <i>Customer Orientation</i>	45

2.1.6 <i>Communication</i>	49
2.1.7 <i>Relationship Benefits</i>	54
2.1.8 <i>Price Fairness</i>	59
2.2 Penelitian Terdahulu	63
2.3 Pengembangan Hipotesis	66
2.3.1 Pengaruh <i>Physical Environment</i> terhadap <i>Relationship Quality</i>	66
2.3.2 Pengaruh <i>Food Quality</i> terhadap <i>Relationship Quality</i>	68
2.3.3 Pengaruh <i>Customer Orientation</i> terhadap <i>Relationship Quality</i>	70
2.3.4 Pengaruh <i>Communication</i> terhadap <i>Relationship Quality</i>	72
2.3.5 Pengaruh <i>Relationship Benefits</i> terhadap <i>Relationship Quality</i>	73
2.3.6 Pengaruh <i>Price Fairness</i> terhadap <i>Relationship Quality</i>	76
2.3.7 Pengaruh <i>Relationship Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	77
2.4 Model Penelitian	79
2.5 Bagan Alur Berpikir	80
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	82
3.1 Jenis Penelitian dan Jenis Data	82
3.1.1 Jenis Penelitian	82
3.1.2 Jenis Data	83
3.2 Populasi dan Sampel	84
3.2.1 Populasi	84
3.2.2 Sampel	85
3.3 Metode Pengumpulan Data	87
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	90
3.5 Metode Analisis Data	93
3.5.1 Pengolahan Data	93
3.5.2 Pengujian Hipotesis	93
3.5.2.1 Uji Validitas	94
3.5.2.2 Uji Reliabilitas	95
3.5.2.3 Uji Asumsi Klasik	96
A. Normalitas	96
B. Multikolinearitas	97
C. Heteroskedastisitas	98

D. Uji Linearitas	99
3.5.2.4 Analisis Linier Regresi Sederhana (Simple Regression)	100
3.5.2.5 Analisis Linier Regresi Berganda (Multiple Regression)	100
3.5.2.6 Koefisien Korelasi (R)	101
3.5.2.7 Koefisien Determinasi (R^2)	102
3.5.2.8 Uji F	103
3.5.2.9 Uji T	103
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	105
4.1 Gambaran Umum Restoran Geprek Benu	105
4.2 Analisis Data	107
4.2.1 Statistik Deskriptif	107
4.2.1.1 Karakteristik Responden	107
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	107
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	109
4.2.1.4 Tanggapan Responden	110
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel	123
4.2.2.1 Penjelasan Responden terhadap Physical Environment.....	123
4.2.2.2 Penjelasan Responden terhadap Food Quality	124
4.2.2.3 Penjelasan Responden terhadap Customer Orientation	126
4.2.2.4 Penjelasan Responden terhadap Communication	127
4.2.2.5 Penjelasan Responden terhadap Relationship Benefits.....	129
4.2.2.6 Penjelasan Responden terhadap Price Fairness.....	131
4.2.2.7 Penjelasan Responden terhadap Relationship Quality	132
4.2.2.8 Penjelasan Responden terhadap Customer Loyalty	135
4.2.3 Uji Validitas	137
4.2.4 Uji Reliabilitas	138
4.2.5 Pengujian Asumsi Klasik Regresi	139
4.2.5.1 Uji Normalitas	139
4.2.5.2 Uji Multikolinearitas	141
4.2.5.3 Uji Heterokedastisitas	142
4.2.5.4 Uji Linearitas.....	144
4.3 Metode Analisis Statistik.....	145

4.3.1 Analisis Regresi	145
4.3.1.1 Analisis Regresi Sederhana.....	145
4.3.1.2 Analisis Regresi Berganda	146
4.3.2 Analisis Koefisien Korelasi	150
4.3.2.1 Analisis Koefisien Korelasi Sederhana.....	150
4.3.2.2 Analisis Koefisien Korelasi Berganda	150
4.3.3 Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	150
4.4 Metode Pengujian Hipotesis.....	151
4.4.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)	151
4.4.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji-T)	152
4.5 Pembahasan	156
BAB V KONKLUSI, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	202
5.1 Simpulan.....	202
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis.....	203
5.1.1.1 Pengaruh Physical Environment terhadap Relationship Quality .	203
5.1.1.2 Pengaruh Food Quality terhadap Relationship Quality	204
5.1.1.3 Pengaruh Customer Orientation terhadap Relationship Quality ..	205
5.1.1.4 Pengaruh Communication terhadap Relationship Quality	206
5.1.1.5 Pengaruh Relationship Benefits terhadap Relationship Quality ..	207
5.1.1.6 Pengaruh Price Fairness terhadap Relationship Quality	209
5.1.1.7 Pengaruh Relationship Quality terhadap Customer Loyalty.....	210
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian	211
5.2 Implikasi	213
5.3 Rekomendasi	228
DAFTAR PUSTAKA	230

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah Restoran di Jawa Timur	2
Gambar 1.2 Tampilan Luar Geprek Benu Dharmahusada	9
Gambar 1.3 Tampilan Luar Geprek Benu Tanjung Perak	9
Gambar 1.4 Kasir & Interior Geprek Benu Dharmahusada	10
Gambar 1.5 Interior & Kasir + <i>Music Audio</i> Geprek Benu Rungkut	11
Gambar 1.6 Interior & Karyawan Geprek Benu Tanjung Perak	11
Gambar 1.7 Tampilan Makanan Ayam Geprek pada Geprek Benu	13
Gambar 1.8 Karyawan Geprek Benu	14
Gambar 1.9 Contoh Menu Baru dan Promo Baru	16
Gambar 1.10 Contoh Relationship Benefits	19
Gambar 1.11 Paket pada Geprek Benu	22
Gambar 2.1 Model Penelitian Terdahulu	65
Gambar 2.2 Model Penelitian	79
Gambar 2.3 Bagan Alur Berpikir	81
Gambar 4.1 Diagram Pie Responden Berdasarkan Usia	108
Gambar 4.2 Diagram Pie Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	109
Gambar 4.3 Scatterplot Uji Normalitas <i>Relationship Quality</i>	140
Gambar 4.4 Scatterplot Uji Normalitas <i>Customer Loyalty</i>	140
Gambar 4.5 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Relationship Quality</i>	142
Gambar 4.6 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Customer Loyalty</i>	142
Gambar 4.7 Hasil Penelitian	154

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Daftar Pesaing Geprek Benu	6
Tabel 3.1 Desain Inti Kuesioner	88
Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	90
Tabel 3.3 Rules of Thumb mengenai ukuran koefisien determinasi	103
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia	107
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	109
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel	110
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap <i>Physical Environment</i>	111
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap <i>Food Quality</i>	112
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Orientation</i>	114
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap <i>Communication</i>	115
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap <i>Relationship Benefits</i>	116
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap <i>Price Fairness</i>	118
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap <i>Relationship Quality</i>	119
Tabel 4.11 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Loyalty</i>	121
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Physical Environment</i>	122
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Food Quality</i>	124
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Customer Orientation</i>	125
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Communication</i>	127
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Relationship Benefits</i>	128
Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Price Fairness</i>	130

Tabel 4.18 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Relationship Quality</i>	132
Tabel 4.19 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Customer Loyalty</i>	135
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Physical Environment</i>	136
Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Food Quality</i>	137
Tabel 4.22 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Orientation</i>	137
Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Communication</i>	137
Tabel 4.24 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Relationship Benefits</i>	137
Tabel 4.25 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Price Fairness</i>	137
Tabel 4.26 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Relationship Quality</i>	137
Tabel 4.27 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Loyalty</i>	138
Tabel 4.28 Uji Reliabilitas	138
Tabel 4.29 Uji Kolmogorov Smirnov (K-S)	139
Tabel 4.30 Uji Kolmogorov Smirnov (K-S)	141
Tabel 4.31 Spearman Test Correlation	143
Tabel 4.32 Hasil Uji Linearitas	144
Tabel 4.33 Hasil Uji Regresi Berganda (RQ*CL)	144
Tabel 4.34 Hasil Uji Regresi Berganda (PE, FQ, CO, C, RB, PF*RQ)	145
Tabel 4.35 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 (R^2)	150
Tabel 4.36 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 2 (R^2)	150
Tabel 4.37 Hasil Uji F	150
Tabel 4.38 Hasil Uji T	152
Tabel 4.39 Indikator Variabel <i>Relationship Quality</i>	165
Tabel 4.40 Indikator Variabel <i>Price Fairness</i>	170
Tabel 4.41 Indikator Variabel <i>Relationship Benefits</i>	173
Tabel 4.42 Indikator Variabel <i>Physical Environment</i>	178
Tabel 4.43 Indikator Variabel <i>Customer Orientation</i>	181
Tabel 4.44 Indikator Variabel <i>Communication</i>	186
Tabel 4.45 Indikator Variabel <i>Food Quality</i>	189

Tabel 4.46 Indikator Variabel <i>Customer Loyalty</i>	193
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis	209
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial	218



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN A: KUESIONER.....	A-1
LAMPIRAN B: TABULASI DATA KUESIONER.....	B-1
LAMPIRAN C: HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF.....	C-1
LAMPIRAN D: HASIL TURN IT IN.....	D-1

