

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Yesus Kristus yang terus memberikan hikmat dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan guna menejar studi yaitu Strata Satu Sarjana Manajemen di Universitas Pelita Harapan 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 pengarahannya dari semua pihak untuk perbaikan penelitian 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 penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M, CSMA, CDM, PMA sebagai *executive director* dan *Associate Dean* di Universitas Pelita Harapan Surabaya, serta sebagai pembimbing akademik yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Surabaya.
2. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M, CSMA, CDM sebagai Ketua Program Studi Manajemen di Universitas Pelita Harapan Surabaya, serta sebagai pembimbing akademik yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Surabaya.
3. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M, CSMA, CDM selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan perhatian dan bimbingan dari awal hingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.
4. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M, CSMA, CDM, PMA selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu dan membimbing serta perhatian sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.

5. Bapak Dr. Yanuar Dananjaya B.SC., M.M. selaku dosen penguji pertama dan Ken Sugijanto S.E., M.M., selaku dosen penguji kedua yang memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
6. Ayah saya, ibu, adik saya serta seluruh keluarga besar yang senantiasa mendoakan, memberi dukungan, motivasi, memberikan kata-kata penguatan dan memberikan kesabaran selama awal perkuliahan hingga penyelesaian penelitian ini.
7. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu 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 penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Manado, 27 Agustus 2021



Jessica Chelsia Jo

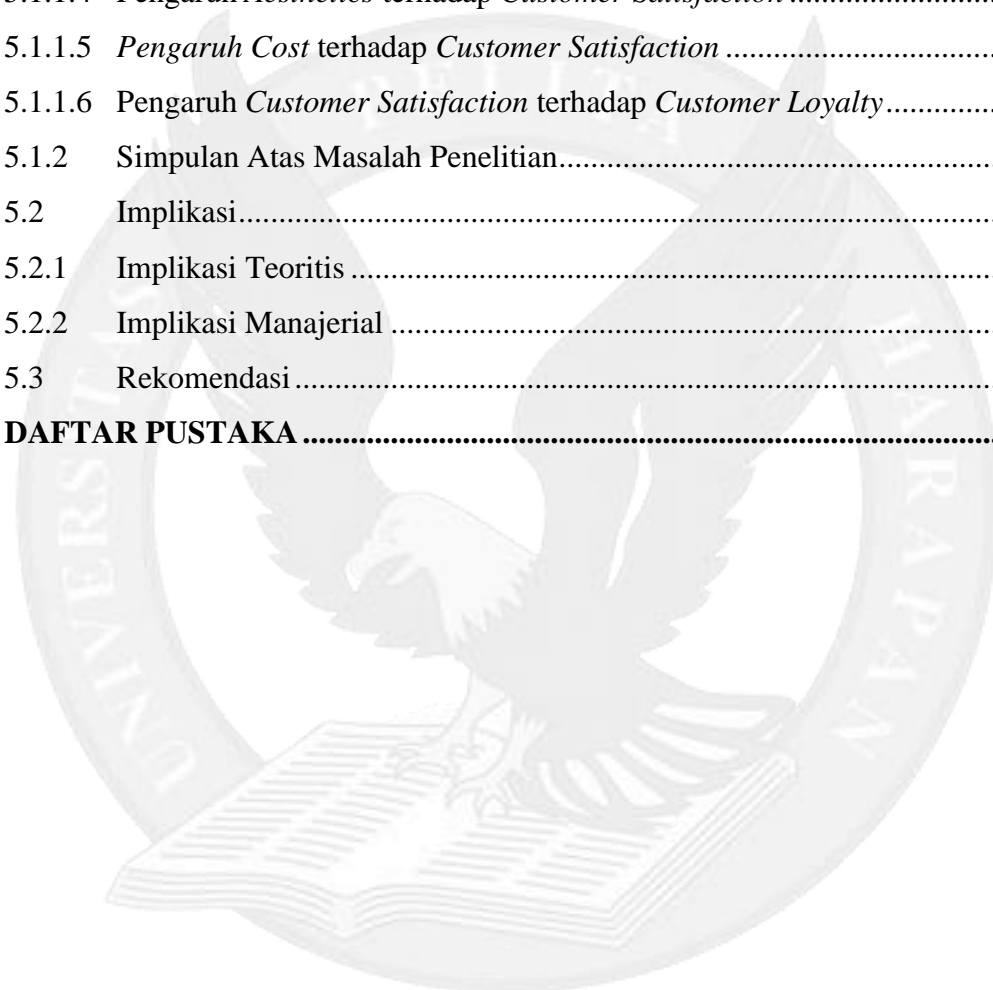
## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....1</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....1	1
1.2 Batasan Penelitian .....13	13
1.3 Rumusan Masalah .....14	14
1.4 Tujuan Penelitian .....15	15
1.5 Manfaat Penelitian .....16	16
1.5.1 Manfaat Teoritis .....16	16
1.5.2 Manfaat Praktis .....16	16
1.6 Sistematika Penulisan.....17	17
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....19</b>	<b>19</b>
2.1 Landasan Teori.....19	19
2.1.1 <i>Customer Loyalty</i> .....19	19
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i> .....22	22
2.1.3 <i>Service Quality</i> .....25	25
2.1.4 <i>Social Enjoyment</i> .....27	27
2.1.5 <i>Cleanness</i> .....29	29
2.1.6 <i>Aesthetics</i> .....30	30
2.1.7 <i>Cost</i> .....32	32
2.2 Penelitian Terdahulu. ....35	35

2.3	Pengembangan Hipotesis .....	38
2.3.1	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	38
2.3.2	Pengaruh <i>Social Enjoyment</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	39
2.3.3	Pengaruh <i>Cleanness</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	40
2.3.4	Pengaruh <i>Aesthetics</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	40
2.3.5	Pengaruh <i>Cost</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	41
2.3.6	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	41
2.4	Model Penelitian .....	42
2.5	Bagan Alur Berpikir .....	43
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>45</b>
3.1	Jenis Penelitian dan Jenis Data .....	45
3.1.1	Jenis Penelitian.....	45
3.1.2	Jenis Data .....	45
3.2	Populasi dan Sampel .....	46
3.2.1	Populasi.....	46
3.2.2	Sampel.....	47
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	48
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	52
3.5	Metode Analisis Data .....	54
3.5.1	Pengolahan Data.....	54
3.5.2	Pengujian Hipotesis.....	54
3.5.2.1	Uji Validitas .....	55
3.5.2.2	Uji Realibilitas .....	56
3.5.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	56
3.5.2.4	Analisis Linier Regresi Sederhana ( <i>Simple Regression</i> ).....	60
3.5.2.5	Analisis Linier Regresi Berganda ( <i>Multiple Regression</i> ) .....	50
3.5.2.6	Koefisien Korelasi (R) .....	62
3.5.2.7	Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	62
3.5.2.8	Uji F .....	63
3.5.2.9	Uji T .....	64
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>65</b>
4.1	Gambaran Umum Café and Resto Tuna House .....	65
4.2	Analisis Data .....	66

4.2.1	Statistik Deskriptif .....	66
4.2.1.1	Karakteristik Responden .....	66
4.2.1.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	67
4.2.1.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	68
4.2.1.4	Tanggapan Responden .....	69
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel.....	78
4.2.2.1	Penjelasan Responden Terhadap <i>Service Quality</i> .....	78
4.2.2.2	Penjelasan Responden Terhadap <i>Social Enjoyment</i> .....	80
4.2.2.3	Penjelasan Responden Terhadap <i>Cleanness</i> .....	82
4.2.2.4	Penjelasan Responden Terhadap <i>Aesthetics</i> .....	83
4.2.2.5	Penjelasan Responden Terhadap <i>Cost</i> .....	85
4.2.2.6	Penjelasan Responden Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	86
4.2.2.7	Penjelasan Responden Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	87
4.2.3	Uji Validitas .....	89
4.2.4	Uji Reliability.....	90
4.2.5	Pengujian Asumsi Klasik Regresi.....	91
4.2.5.1	Uji Normalitas .....	91
4.2.5.2	Uji Heterokedastisitas .....	93
4.2.5.3	Uji Asumsi Multikolinearitas .....	95
4.2.5.4	Uji Asumsi Linearitas .....	96
4.3	Model Analisis Statistik .....	97
4.3.1	Analisis Regresi .....	97
4.3.1.1	Analisis Regresi Sederhana.....	97
4.3.1.2	Analisis Regresi Berganda .....	98
4.3.2	Analisis Koefisien Korelasi.....	100
4.3.2.1	Analisis Koefisien Korelasi Sederhana.....	100
4.3.2.2	Analisis Koefisien Korelasi Berganda .....	101
4.3.2.3	Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	101
4.4	Metode Pengujian Hipotesis .....	102
4.4.1	Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	102
4.4.2	Uji Signifikan Parsial (Uji t) .....	103
4.5	Pembahasan.....	105
<b>BAB V KONKLUSI, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI.....</b>		<b>127</b>

5.1	Simpulan .....	127
5.1.1	Simpulan Atas Hipotesis .....	128
5.1.1.1	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	128
5.1.1.2	Pengaruh Tidak Signifikan <i>Social Enjoyment</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	128
5.1.1.3	Pengaruh <i>Cleanness</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	129
5.1.1.4	Pengaruh <i>Aesthetics</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	130
5.1.1.5	Pengaruh <i>Cost</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	130
5.1.1.6	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	131
5.1.2	Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	131
5.2	Implikasi.....	133
5.2.1	Implikasi Teoritis .....	133
5.2.2	Implikasi Manajerial .....	134
5.3	Rekomendasi .....	142
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>144</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Lokasi Cafe <i>and</i> Resto Tuna House .....	7
Gambar 1.2 Review Cafe <i>and</i> Resto Tuna House dari Google .....	8
Gambar 1.3 <i>Service Quality</i> dari Cafe <i>and</i> Resto Tuna House .....	9
Gambar 1.4 <i>Social Enjoyment</i> dari Cafe <i>and</i> RestoTuna House.....	10
Gambar 1.5 <i>Cleanness</i> dari Cafe <i>and</i> Resto Tuna House .....	10
Gambar 1.6 <i>Aesthetics</i> dari Cafe <i>and</i> Resto Tuna House .....	11
Gambar 1.7 Menu dan Review <i>Cost</i> yang baik Cafe <i>and</i> Resto Tuna House.....	12
Gambar 2.1 Model Penelitian Jurnal Utama .....	36
Gambar 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu Jurnal Kedua.....	37
Gambar 2.3 Model Penelitian .....	41
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	67
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	68
Gambar 4.3 Scatterplot Uji Normalitas Customer Satisfaction .....	92
Gambar 4.4 Scatterplot Uji Normalitas Customer Loyalty .....	92
Gambar 4.5 Scatterplot Uji Hetero Kedastisitas <i>Customer Satisfaction</i> .....	93
Gambar 4.6 Scatterplot Uji Hetero Kedastisitas <i>Customer Loyalty</i> .....	93
Gambar 4.7 Hasil Penelitian.....	105

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tahun Berdirinya Cafe <i>and</i> Resto Group Tuna House .....	3
Tabel 1.2 Persaingan Resto dan Cafe di Manado.....	4
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Tambahan Jurnal.....	36
Tabel 2.2 Hasil Penelitian Jurnal Kedua .....	37
Tabel 3.1 Desain Inti Kuesioner.....	50
Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	52
Tabel 3.3 Rules of Thumb Mengenai Ukuran Koefisien Determinasi.....	63
Tabel 4.1 Tahun Berdirinya Café and Resto Group Tuna House .....	65
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	67
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	68
Tabel 4.4 Derajat Penilaian Setiap Variabel .....	69
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	70
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	71
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap <i>Service Quality</i> .....	73
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap <i>Social Enjoyment</i> .....	74
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap <i>Cleanness</i> .....	75
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap <i>Aesthetics</i> .....	76
Tabel 4.11 Tanggapan Responden terhadap <i>Cost</i> .....	77
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Service Quality</i> .....	78
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Social Enjoyment</i> .....	81
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Cleanness</i> .....	82
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Aesthetics</i> .....	83
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Cost</i> .....	85



Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Costumer Satisfaction</i> .....	86
Tabel 4.18 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Costumer Loyalty</i> .....	87
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	89
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	89
Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Service Quality</i> .....	89
Tabel 4.22 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Social Enjoyment</i> .....	89
Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Cleanness</i> .....	90
Tabel 4.24 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Aesthetics</i> .....	90
Tabel 4.25 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Cost</i> .....	90
Tabel 4.26 Uji Reliabilitas .....	90
Tabel 4.27 Uji Kolmogorov Smirnov (K-S) .....	91
Tabel 4.28 Spearman Test Correlation.....	94
Tabel 4.29 Nilai Tolerance dan VIF.....	95
Tabel 4.30 Hasil uji Linearitas .....	95
Tabel 4.31 Hasil Uji Regresi Sederhana (CS*CL).....	97
Tabel 4.32 Hasil Uji Regresi Berganda (SQ, SE, CN, AES, C* CS).....	98
Tabel 4.33 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 ( $R^2$ ) .....	101
Tabel 4.34 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 ( $R^2$ ) .....	101
Tabel 4.35 Hasil Uji F.....	102
Tabel 4.36 Hasil Uji t.....	103
Tabel 4.37 Indikator Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	113
Tabel 4.38 Indikator Variabel <i>Service Quality</i> .....	114
Tabel 4.39 Indikator Variabel <i>Cleanness</i> .....	117
Tabel 4.40 Indikator Variabel <i>Cost</i> .....	119

Tabel 4.41 Indikator Variabel <i>Aesthetics</i> .....	120
Tabel 4.42 Indikator Variabel <i>Social Enjoyment</i> .....	122
Tabel 4.43 Indikator Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	124
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis .....	133
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial .....	139



## 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

