

## 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 persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Manajemen di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya. Pada penelitian ini, penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, serta penggunaan kata-kata dan bahasa 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, selaku Executive Director dan Associate Dean serta 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., M.M, RFP-I, CSMA, selaku kepala program studi manajemen dan pembimbing akademik yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di UPH Surabaya.

3. Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M, CSMA, CDM, PMA, dosen pembimbing pertama yang telah mencurahkan perhatian yang begitu besar, waktu, tenaga,

kesabaran, serta memberikan dorongan yang begitu tinggi kepada saya dari awal hingga penelitian ini dapat diselesaikan.

4. Ibu Dr. Amelia, S.E., M.M, RFP-I, CSMA, selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu, membimbing, memberi perhatian, tenaga dan memberikan saran-saran serta perhatian sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.

5. Bapak Hananiel Mennoverdi Gunawan, BA, MBA, selaku dosen penguji pertama yang turut memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.

6. Bapak, selaku dosen penguji kedua yang turut memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.

7. Keluarga saya, Mama, Papa, Cece, Nonik yang senantiasa mendoakan, memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan penelitian ini.

8. Teman-teman seperjuangan saya, Andrian, Marsha, Alfado, Yovina, Darren, serta teman-teman pengangguran banyak acara yang telah menyemangati dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita

Harapan Kampus Surabaya, terutama yang sudah membantu dan memberikan dukungan dalam penelitian ini.

9. 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 atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 26 Agustus 2021

Vincent Sanjaya

## DAFTAR ISI

<b>TUGAS AKHIR</b>	<b>i</b>
<b>IDENTITAS TIM PENGUJI</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>1</b>
<b>BAB 1</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah	15
1.3 Rumusan Masalah	16
1.4 Tujuan Penelitian	17
1.5 Manfaat Penelitian	18
1.6 Sistematika Penulisan	19
<b>BAB II</b>	<b>20</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	<b>20</b>
2.1 Landasan Teori	20
2.1.1 Tangibles	20
2.1.2 Assurance	21
2.1.3 Realibility	24
2.1.4 Responsivness	25
2.1.5 Emphaty	27
2.1.6 Credibility	28
2.1.7 Perceived Value	30
2.1.8 Customer Satisfaction	31

2.1.9 Customer Loyalty	33
2.2 Penelitian Terdahulu	34
2.3 Pengaruh Hipotesis	37
2.3.1 Pengaruh Tangibles Terhadap Customer Satisfaction	37
2.3.2 Pengaruh Assurance Terhadap Customer Satisfaction	37
2.3.3 Pengaruh Realibility Terhadap Customer Satisfaction	38
2.3.4 Pengaruh Responsivness Terhadap Customer Satisfaction	39
2.3.5 Pengaruh Emphaty Terhadap Customer Satisfaction	39
2.3.6 Pengaruh Credibility Terhadap Customer Satisfaction	40
2.3.7 Pengaruh Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction	40
2.3.8 Pengaruh Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty	41
2.4 Model Penelitian	42
2.5 Bagan Alur Berpikir	43
<b>BAB III</b>	<b>47</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b>	<b>47</b>
3.1 Jenis Penelitian	47
3.1.2 Jenis Data	48
3.2 Populasi Dan Sampel	50
3.3. Metode Pengumpulan Data	52
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	57
3.5 Pengolahan Data	63
<b>BAB IV</b>	<b>80</b>
<b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	<b>80</b>
4.1 Gambaran Umum Restaurant Steak Hut	80
4.2 Analisis Data	80
4.2.1 Statistik Deskriptif	80
4.2.1.1 Karakteristik Responden	80
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	81
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	82
4.2.1.4 Tanggapan Responden	83
4.2.2 Analisis Deskriptif Variable	96
4.2.2.1 Penjelasan Responden Terhadap Tangibles	96
4.2.2.2 Penjelasan Responden Terhadap Assurance	97
4.2.2.3 Penjelasan Responden Terhadap Reliability	98

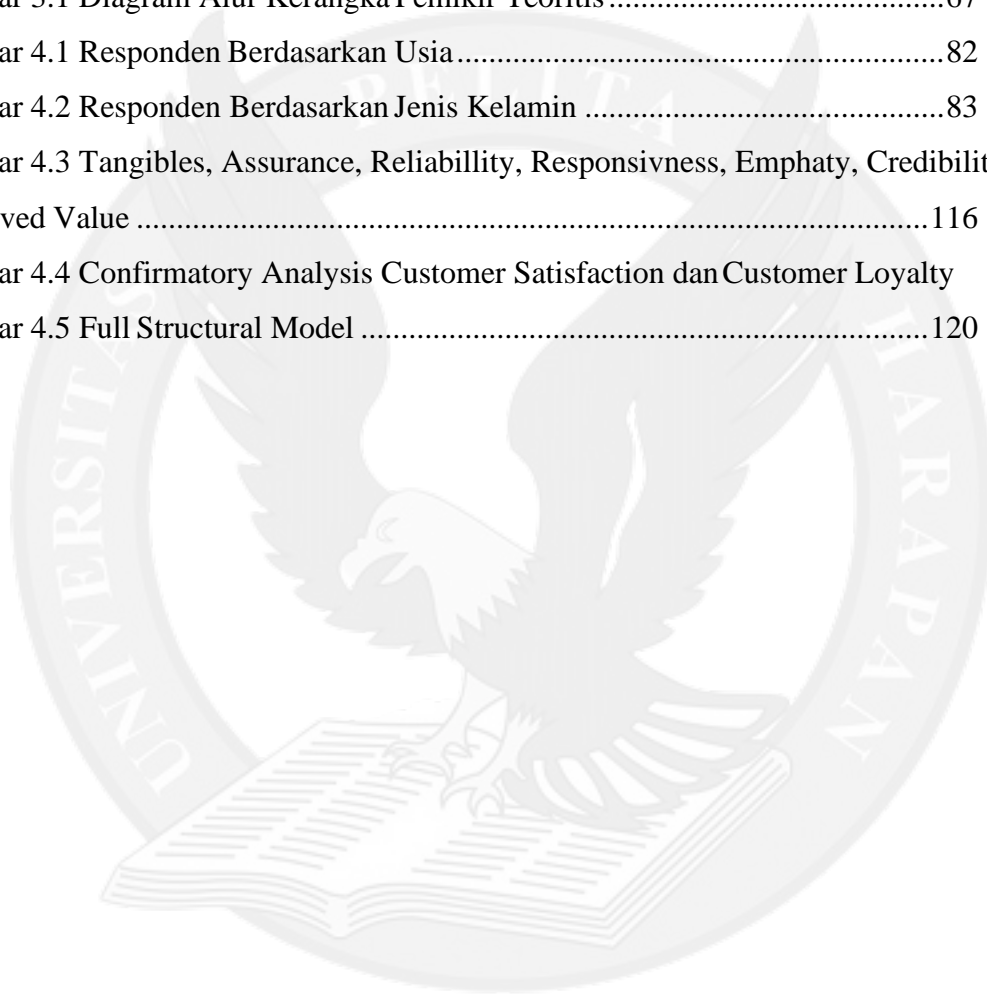
4.2.2.4	Penjelasan Responden Terhadap Responsivness	101
4.2.2.5	Penjelasan Responden Terhadap Emphaty	102
4.2.2.6	Penjelasan Responden Terhadap Credibility	103
4.2.2.7	Penjelasan Responden Terhadap Perceived Value	104
4.2.2.8	Penjelasan Responden Terhadap Customer satisfaction	105
4.2.2.9	Penjelasan Responden Terhadap Customer Loyalty	107
4.2.3	Hasil Pengujian Kualitas Data	108
4.2.2.3	Evaluasi Outliers	111
4.2.3.1	Univariate Outliers	112
4.2.3.2	Multivariate Outliers	113
4.2.3.3	Evaluasi Multicollinearity dan Singularity	114
4.2.2.4	Analisis Faktor Konfirmatori	115
4.2.4.4.1	Analisis Faktor Konfirmatori Variable Eksogen	115
4.2.4.4.2	Analisis Faktor Konfirmatori Variable Endogen	118
4.2.2.5	Analisis Full Structural Equation Modeling	119
4.2.2.6	Uji Reliability	123
4.2.4	Hasil Pengujian Hipotesis	124
4.2.4.1	Pengujian Hipotesis 1 (H1)	125
4.2.4.2	Pengujian Hipotesis 2 (H2)	126
4.2.4.3	Pengujian Hipotesis 3 (H3)	126
4.2.4.4	Pengujian Hipotesis 4 (H4)	127
4.2.4.5	Pengujian Hipotesis 5 (H5)	128
4.2.4.6	Pengujian Hipotesis 6 (H6)	128
4.2.4.7	Pengujian Hipotesis 7 (H7)	129
4.2.4.8	Pengujian Hipotesis 8 (H8)	130
4.2.4.5	Pengujian Hipotesis 5 (H5)	128
4.3	Pembahasan	130
<b>BAB V</b>		<b>151</b>
<b>KESIMPULAN</b>		<b>151</b>
5.1	Simpulan	151
5.1.1	Simpulan Atas Hipotesis	151
5.1.1.1	Pengaruh Tangibles Terhadap Customer Satisfaction	151
5.1.1.2	Pengaruh Assurance Terhadap Customer Satisfaction	152
5.1.1.3	Pengaruh Reliability Terhadap Customer Satisfaction	153

5.1.1.4 Pengaruh Responsivness Terhadap Customer Satisfaction	154
5.1.1.5 Pengaruh Emphaty Terhadap Customer Satisfaction	155
5.1.1.6 Pengaruh Credibility Terhadap Customer Satisfaction	155
5.1.1.7 Pengaruh Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction	156
5.1.1.8 Pengaruh Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty	157
5.2 Implikasi	157
5.1.1 Implikasi Teoritis	157
5.1.2 Implikasi Manajerial	159
5.3 Rekomendasi	166



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Penduduk Kota Surabaya.....	2
Gambar 1.2 Jumlah Restoran Surabaya Pada Tahun 2017 .....	3
Gambar 1.3 Total Pendapatan Pajak restoran Surabaya.....	4
Gambar 1.4 Suasana Interior Steak Hut Manyar.....	8
Gambar 1.5 Menu Favorit Steak Hut dan Ulasan .....	9
Gambar 3.1 Diagram Alur Kerangka Pemikir Teoritis .....	67
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Usia .....	82
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	83
Gambar 4.3 Tangibles, Assurance, Reliability, Responsivness, Emphaty, Credibility dan Perceived Value .....	116
Gambar 4.4 Confirmatory Analysis Customer Satisfaction dan Customer Loyalty	118
Gambar 4.5 Full Structural Model .....	120





## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kompetitor Steak Hut .....	10
Tabel 3. 1 Desain Inti Kuisisioner .....	55
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	57
Tabel 3.3 Keterangan Indikator Konstruk .....	66
Tabel 3.4 Keterangan Hubungan Konstruk .....	68
Tabel 3.5 Hasil Konversi ke dalam Persamaan Model Pengukuran Konstruk Endogen	69
Tabel 3.6 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model .....	75
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	81
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	82
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel .....	84
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Tangibles</i> .....	84
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap <i>Assurance</i> .....	86
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap <i>Reliabilility</i> .....	87
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap <i>Responsivness</i> .....	89
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap <i>Emphaty</i> .....	90
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap <i>Credibility</i> .....	91
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap <i>Perceived Value</i> .....	92
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	94
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	95
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Tangibles</i> .....	96
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Assuranve</i> .....	97
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Reliabilility</i> .....	98
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Responsivness</i> .....	101
Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Emphaty</i> .....	102
Tabel 4.18 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Credibility</i> .....	103
Tabel 4.19 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Perceived Value</i> .	104
Tabel 4.20 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	106
Tabel 4.21 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Loyalty</i>	107
Tabel 4.22 Goodness of Fit Index.....	110
Tabel 4.23 Uji Normalitas Data .....	110
Tabel 4.24 Statistik Deskriptif Z-Score .....	112

Tabel 4.25 Mahalonobis Distance.....	114
Tabel 4.26 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading Tangibles, Assurance, Reliability, Responsivness, Emphaty, Credibility dan Perceived Value.....	117
Tabel 4.27 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading Customer Satisfaction dan Customer Loyalty.....	119
Tabel 4.28 Index Pengujian Kelayakan.....	121
Tabel 4.29 Regression Weight Full Structural Equation Model .....	121
Tabel 4.30 Uji Reliability.....	123
Tabel 4.31 Hasil Uji Hipotesis .....	125
Tabel 4.32 Indikator Variabel <i>Tangibles</i> .....	136
Tabel 4.33 Indikator Variabel <i>Assurance</i> .....	138
Tabel 4.34 Indikator Variabel <i>Reliability</i> .....	139
Tabel 4.35 Indikator Variabel <i>Responsivness</i> .....	142
Tabel 4.36 Indikator Variabel <i>Emphaty</i> .....	143
Tabel 4.37 Indikator Variabel <i>Credibility</i> .....	145
Tabel 4.38 Indikator Variabel <i>Perceived Value</i> .....	146
Tabel 4.39 Indikator Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	147
Tabel 4.40 Indikator Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	149
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis .....	158
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial .....	163

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A : KUESIONER PENELITIAN .....	A-1
LAMPIRAN B : DATA ISISAN KUESIONER.....	B-1
LAMPIRAN C : STATISTIK DESKRIPTIF .....	C-1
LAMPIRAN D : HASIL PENGUJIAN STRUKTURAL EQUATION MODEL (SEM) .....	D-1

