

**PENGARUH *PERCEIVED VALUE* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *CUSTOMER BEHAVIORAL INTENTIONS*
MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA
CARPENTIER KITCHEN DI SURABAYA**



**OLEH:
DONNY LESTIAWAN
3103015100**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019**

**PENGARUH *PERCEIVED VALUE* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *CUSTOMER BEHAVIORAL INTENTIONS*
MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA
CARPENTIER KITCHEN DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

**OLEH:
DONNY LESTIAWAN
3103015100**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2018

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *PERCEIVED VALUE* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *CUSTOMER BEHAVIORAL* MELALUI
CUSTOMER SATISFACTION PADA CARPENTIER
KITCHEN SURABAYA**

**OLEH:
DONNY LESTIAWAN
3103015100**

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I



Ninuk Muljani, Dra. Ec., MM.

Tanggal: 21 Des. 2018

Pembimbing II



P. Julius F. Nagel, Drs., S.Th., MM.

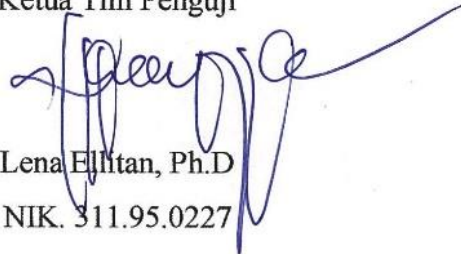
Tanggal: 8-1-2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Donny Lestiawan NRP: 3103015100

Telah diuji pada tanggal 26 Januari 2019 dan dinyatakan lulus oleh tim penguji

Ketua Tim Penguji



Lena Ellitan, Ph.D

NIK. 311.95.0227

Mengetahui,

Dekan



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPAI

NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan



Robertus Sigit H.L., SE. M.Sc.

NIK. 311.11.0678

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Donny Lestiawan

NRP : 3103015100

Judul Skripsi : Pengaruh *Perceived Value* dan *Brand Image* terhadap
Customer Behavioral Intentions melalui *Customer Satisfaction* pada Carpentier Kitchen Surabaya

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 16 Januari 2019

Yang menyatakan


(..........)
Donny LESTIAWAN

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir ini berjudul “Pengaruh *Perceived Value* dan *Brand Image* terhadap *Customer Behavioral Intentions* melalui *Customer Satisfaction* pada Carpentier Kitchen Surabaya”. Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian Program Pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Lodovicus Lasdi, MM., Ak.,CA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit, SE. M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
3. Ibu Ninuk Muljani, Dra. Ec., MM. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Bapak P. Julius F. Nagel, Drs., S.Th, MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Seluruh Dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, yang telah memberikan seluruh ilmu yang diperlukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Keluarga saya yang selalu mendukung, memberikan semangat, dan doa kepada saya sehingga dapat menyelesaikan studi ini dengan baik.
7. Teman-teman dari The Outliers (Felix, Nanda, Kevin, Albert, Gabriel, Andi, Andrew) yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

8. Teman-teman satu bimbingan (Aldo, Veronica, Vincensiana, Lydia, Fransisca dan lain-lain) yang telah memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Anthony Ronaldo, Wilson Clemens, dan Kezia Meiringgo yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna sehingga masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun agar kedepannya skripsi ini akan menjadi karya yang lebih baik. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi siapa saja yang membutuhkannya.

Surabaya,
Penulis,

Donny Lestiawan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	6
2.2 Penelitian Terdahulu	12
2.3 Pengembangan Hipotesis	13
2.4 Rerangka Penelitian.....	15
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian.....	17
3.2 Identifikasi Variabel, Definisi Operasional, Pengukuran Variabel.....	17
3.3 Jenis Data dan Sumber Data.....	19
3.4 Metode Pengumpulan Data	20
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Penyampelan	20
3.6 Teknik Analisis Data	21
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	25
4.2 Deskripsi Data	25
4.3 Hasil Analisis Data	31
4.4 Pembahasan	40
BAB 5. SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	45
5.2 Keterbatasan	46
5.3 Saran.....	46

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Jumlah Kafe, Restoran, dan Rumah Makan di Surabaya	1
Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Sekarang	12
Tabel 3.1. <i>Goodness-of-Fit Indices</i>	23
Tabel 4.1. Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	25
Tabel 4.2. Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	26
Tabel 4.3. Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	26
Tabel 4.4. Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan	27
Tabel 4.5. Interval Rata-rata Skor.....	27
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Value</i>	28
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	28
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	29
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Behavioral Intentions</i>	30
Tabel 4.10. Tabel <i>Univariate Normality</i>	31
Tabel 4.11. Tabel <i>Multivariate Normality</i>	31
Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas	32
Tabel 4.13. Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> PV	33
Tabel 4.14. Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> BI	34
Tabel 4.15. Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> CS	35
Tabel 4.16. Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> CBI	35
Tabel 4.17. Uji Kecocokan Seluruh Model	36
Tabel 4.18. Hasil Uji Hipotesis.....	38

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Rerangka Penelitian	16

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Persyaratan Menjadi Responden
- Lampiran 3. Karakteristik Responden
- Lampiran 4a. Jawaban Responden Tentang Variabel PV
- Lampiran 4b. Jawaban Responden Tentang Variabel BI
- Lampiran 4c. Jawaban Responden Tentang Variabel CS
- Lampiran 4d. Jawaban Responden Tentang Variabel CBI
- Lampiran 5. Output SPSS Persyaratan dan Karakteristik Responden
- Lampiran 6. Uji Normalitas
- Lampiran 7. Output SEM
- Lampiran 8a. *Path Diagram (T-Values)*
- Lampiran 8b. *Path Diagram (Standardized Solution)*
- Lampiran 8c. *Path Diagram (Estimates)*

ABSTRAK

Pertumbuhan kafe, restoran, dan rumah makan semakin meningkat, terutama di Surabaya, sehingga persaingan bertambah ketat. Oleh karena itu, untuk bertahan hidup bahkan hingga memenangkan persaingan di industri restoran, maka banyak pengusaha kafe, restoran, maupun rumah makan berlomba-lomba untuk memuaskan pelanggan agar tetap setia dan berperilaku positif terhadap perusahaan. Kepuasan pelanggan dapat dicapai dengan banyak cara, diantaranya adalah dengan memberikan nilai serta citra merek yang baik.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah *perceived value* dan *brand image* dapat mempengaruhi *customer behavioral intentions*, baik secara langsung maupun melalui *customer satisfaction*. Objek penelitian adalah pelanggan Carpentier Kitchen Surabaya. Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 150 sampel dengan teknik *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan Carpentier Kitchen Surabaya. Teknik analisis data yang digunakan adalah menggunakan SEM dengan *software* LISREL.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived value* dan *brand image* berpengaruh secara langsung terhadap *customer satisfaction* yang berarti bahwa dengan memberikan nilai dan citra yang positif, maka pelanggan dapat merasa puas, akan tetapi *perceived value* dan *brand image* tidak berpengaruh secara langsung terhadap *customer behavioral intentions*, melainkan harus melalui *customer satisfaction*. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan harus dipuaskan terlebih dahulu agar berminat untuk berperilaku positif terhadap perusahaan.

Kata kunci: *perceived value, brand image, customer satisfaction, customer behavioral intentions*

THE EFFECT OF PERCEIVED VALUE AND BRAND IMAGE ON CUSTOMER BEHAVIORAL INTENTIONS THROUGH CUSTOMER SATISFACTION IN CARPENTIER KITCHEN SURABAYA.

ABSTRACT

Café, restaurant, and bistro are growing rapidly, especially in Surabaya, as results the competition is getting more intense and challenging. Therefore, in order to survive, even to win this intense competition within the hospitality industry, many café, restaurant, and bistro owners are struggling to satisfy their customers so that their customers remain loyal and behaving positively towards their business. Customer can be satisfied by many ways, of which are by providing good perceived value and good image.

The purpose of this research is to examine the direct effect of perceived value and brand image on customer behavioral intentions and also the indirect effect through customer satisfaction. The object of this research is the customers of Carpentier Kitchen Surabaya. This research used 150 samples, collected using purposive sampling method. The primary data used in this research was collected by questionnaires. This research used SEM analysis using LISREL software.

This research proved that perceived value and brand image directly influence customer satisfaction, it means that a good perceived value and image can directly satisfy customers, but on the other hand, perceived value and brand image do not directly influence customer behavioral intentions, it is fully mediated by customer satisfaction. This means that a customer must be first satisfied with a good value and image to make them behave positively towards the company.

Keywords : *perceived value, brand image, customer satisfaction, customer behavioral intentions*