

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *FOOD QUALITY* DAN
PERCEIVED VALUE TERHADAP *CUSTOMER*
SATISFACTION DAN *CUSTOMER BEHAVIORAL*
INTENTION PADA RESTORAN SUSHI TEI CIPUTRA
WORLD DI SURABAYA**



**OLEH:
THERNADI ATMAJAYA
3103013006**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
FALKUTAS BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN
2017**

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *FOOD QUALITY* DAN
PERCEIVED VALUE TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION*
DAN *CUSTOMER BEHAVIORAL INTENTION* PADA RESTORAN
SUSHI TEI CIPUTRA WORLD DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

Oleh:
THERNADI ATMAJAYA
3103013006

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2017**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH SERVICE QUALITY, FOOD QUALITY DAN
PERCEIVED VALUE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN
CUSTOMER BEHAVIORAL INTENTION PADA RESTORAN
SUSHI TEI CIPUTRA WORLD DI SURABAYA

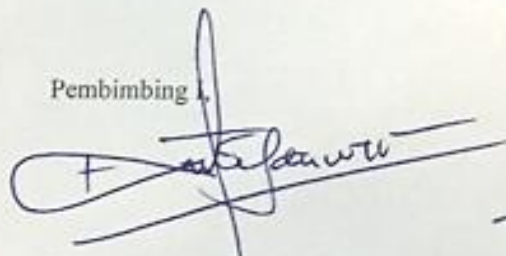
Oleh:

Thernadi Atmajaya

3103013006

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji Sidang Akhir

Pembimbing I,

A stylized handwritten signature in blue ink, likely belonging to Dr. A. Y. Yan Wellyan T. P.

Dr. A. Y. Yan Wellyan T. P, SE., M.Si.

Tanggal:

Pembimbing II,

A stylized handwritten signature in blue ink, likely belonging to Robertus Sigit H.

Robertus Sigit H, S.E., M. Sc

Tanggal:

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang telah ditulis oleh Thernadi Atmajaya dengan NRP 3103013006, Telah diuji pada tanggal 21 Juli 2017 dan dinyatakan lulus oleh tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:



Dr. A.Y. Yan Wellyan T. P, SE., M.Si

NIK. 311.97.0285

Mengetahui:



Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM

NIK. 321 99 0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H, S.E., M. Sc

NIK. 311.99.0369

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi berkembangnya ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Thernadi Atmajaya

NRP : 3103013006

Judul : PENGARUH SERVICE QUALITY, FOOD QUALITY
DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP CUSTOMER
SATISFACTION DAN CUSTOMER BEHAVIORAL
INTENTION PADA RESTORAN SUSHI TEI CIPUTRA
WORLD DI SURABAYA

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah asli karya saya, dan apabila jika terbukti saya melakukan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula karya tulis ini dipublikasikan di internet atau media lain untuk kepentingan akademis sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta. Demikian pernyataan dan persetujuan publikasi karya ilmiah saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 26 Juli 2017

Yang menyatakan,



Thernadi Atmajaya

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, karena dengan limpahan rahmat dan penyertaan-Nya dalam penulisan tugas akhir, penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh *Service Quality*, *Food Quality* Dan *Perceived Value* Terhadap *Customer Satisfaction* Dan *Customer Behavioral Intention* Pada Restoran Sushi Tei Ciputra World Surabaya”. 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 tak langsung sehingga dapat memperlancar pembuatan tugas akhir ini. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM Dekan Fakultas Bisnis – Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit Haribowo Lukito, S.E., M. Sc Ketua Jurusan Manajemen - Fakultas Bisnis – Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Yang juga sebagai dosen pembimbing 2 yang telah membantu memberikan masukan, membimbing dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
3. Bapak Dr. A. Y. Yan Wellyan Toni Putra, SE., M.Si. sebagai dosen pembimbing 1 yang telah membantu memberikan masukan, membimbing dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.

4. Bapak/Ibu dosen yang telah mengajar dan membagikan pengetahuan semasa penulis kuliah selama ini.
5. Orang tua saya Hiandrasyah The dan Marlintje Feriana W atas dukungan, kekuatan dan doa serta kasih sayangnnya sehingga penulis dapat menjalani dan menyelesaikan studi.
6. Veronica Sasmita yang selalu mendukung, mendoakan, dan memberi semangat selama kuliah sampai dengan selesainya pembuatan tugas akhir.
7. Sahabat-sahabat terbaik Aluysius Maria, Viviane Sherly, Priscilla Clara Cornelia, Ade Ayu Anantasya, Ardi Kurniawan Halim yang selalu mendukung selama kuliah sampai dengan penulisan tugas akhir skripsi.
8. Teman-teman seperjuangan selama penulisan skripsi Shan Jhordy, Tonny Yurista, Hansel Sindu, Steven Lukman, Nancy Lisnawaty, Merry Pangestu, Iwan Hanjaya, Roy, Michael Surya yang selalu mendukung dan memberi semangat.
9. Teman-teman KESUMA yang selalu mendukung dan memberi semangat.
10. Pihak-pihak yang berkepentingan yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas doa dan dukungannya.

Penulis sangat menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, Oleh karena itu, kritik maupun saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan tugas akhir ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
DAFTAR TABEL	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB 1	1
Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Sistematika Penulisan	7
BAB 2	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Penelitian terdahulu	9
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	9
2.2. Landasan Teori	10
2.2.1. <i>Service Quality</i>	10
2.2.2. <i>Food Quality</i>	11
2.2.3. <i>Perceived Value</i>	12
2.2.4. <i>Customer Satisfaction</i>	13
2.2.5. <i>Customer Behavioral Intention</i>	14
2.3. Hubungan antar Variabel	15
2.3.1. Hubungan antara variabel <i>Service Quality</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	15

2.3.2. Hubungan antara variabel <i>Food Quality</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	16
2.3.3. Hubungan antara variabel <i>Perceived Value</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	16
2.3.4. Hubungan antara variabel <i>Customer Satisfaction</i> dengan <i>Customer Behavioral Intention</i>	17
2.4. Kerangka Konseptual.....	18
2.5. Hipotesis.....	18
BAB 3.....	20
METODOLOGI PENELITIAN.....	20
3.1. Desain Penelitian.....	20
3.2. Variabel Penelitian.....	20
3.3. Definisi Operasional.....	21
3.3.1. <i>Service Quality</i>	21
3.3.2. <i>Food Quality</i>	22
3.3.3. <i>Perceived Value</i>	22
3.3.4. <i>Customer Satisfaction</i>	23
3.3.5. <i>Behavioural Intention</i>	23
3.4. Pengukuran Variabel.....	24
3.5. Jenis dan Sumber Data.....	24
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	25
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	25
3.7.1. Populasi.....	25
3.7.2. Sampel.....	25
3.7.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	26
3.8. Teknik Analisis Data.....	26
3.8.1. Uji Normalitas Data.....	27
3.8.2. Uji Validitas.....	27
3.8.3. Uji Reliabilitas.....	28
3.8.4. Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	28
Tabel 3.1 Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	29
3.8.5. Uji Kecocokan Model Struktural.....	30
3.8.6. Uji Hipotesis.....	30
BAB 4.....	31
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1. Sampel Penelitian.....	31

4.2.	Karakteristik Responden.....	31
	Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan / Uang Saku.....	31
	Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	32
4.3.	Deskripsi Data.....	33
	Tabel 4.3 Interval Rata-rata Variabel Penelitian	33
4.3.1.	Nilai Rata-rata Variabel <i>Service Quality</i> (SQ)	34
	Tabel 4.4 Nilai Rata-rata Variabel <i>Service Quality</i> (SQ).....	34
4.3.2.	Nilai Rata-rata Variabel <i>Food Quality</i> (FQ).....	35
	Tabel 4.5 Nilai Rata-rata Variabel <i>Food Quality</i> (FQ).....	35
4.3.3.	Nilai Rata-rata Variabel <i>Perceived Value</i> (PV).....	36
	Tabel 4.6 Nilai Rata-rata Variabel <i>Perceived Value</i> (PV).....	36
4.3.4.	Nilai Rata-rata Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (CS).....	37
	Tabel 4.7 Nilai Rata-rata Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (CS).....	37
4.3.5.	Nilai Rata-rata Variabel <i>Customer Behavioral Intention</i> (CBI).....	38
	Tabel 4.8 Nilai Rata-rata Variabel <i>Customer Behavioral Intention</i> (CBI).....	38
4.4.	Analisis Data SEM.....	39
4.4.1.	Uji Normalitas.....	39
	Tabel 4.9 Hasil Univariate Normality.....	39
	Tabel 4.10 Hasil Multivariate Normality	40
4.4.2.	Uji Validitas.....	40
	Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	41
4.4.3.	Uji Reliabilitas.....	42
	Tabel 4.12 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> SQ.....	42
	Tabel 4.13 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> FQ.....	43
	Tabel 4.14 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> PV.....	44

Tabel 4.15 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> CS.....	44
Tabel 4.16 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> CBI.....	45
4.4.4. Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	45
Tabel 4.17 Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	45
4.4.5. Uji Kecocokan Model Struktural.....	46
Tabel 4.18 Hasil Direct Effect.....	48
4.5. Pengujian Hipotesis Penelitian.....	48
Tabel 4.19 Hasil Uji Kecocokan Hipotesis.....	48
4.6. Pembahasan.....	49
4.6.1. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	49
4.6.2. Pengaruh <i>Food Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	50
4.6.3. Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	51
4.6.4. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Behavioral Intention</i>	51
BAB 5.....	53
SIMPULAN DAN SARAN.....	53
5.1. Simpulan.....	53
5.2. Saran.....	54
5.2.1. Saran Akademis.....	54
5.2.2. Saran Praktis.....	54
Daftar Kepustakaan	
Lampiran	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	18
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner
Lampiran 2.	Data Penelitian
Lampiran 3	Frekuensi Karakteristik Responden
Lampiran 4.	Uji Normalitas
Lampiran 5.	Output SEM
Lampiran 6.	Diagram <i>T-Value</i>
Lampiran 7.	Diagram <i>Standardized Solution</i>
Lampiran 8	Diagram <i>Estimate</i>

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....	9
Tabel 3.1 Uji Kecocokan Keseluruhan Model	29
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan / Uang Saku.....	31
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	32
Tabel 4.3 Interval Rata-rata Variabel Penelitian	33
Tabel 4.4 Nilai Rata-rata Variabel <i>Service Quality</i> (SQ)	34
Tabel 4.5 Nilai Rata-rata Variabel <i>Food Quality</i> (FQ).....	35
Tabel 4.6 Nilai Rata-rata Variabel <i>Perceived Value</i> (PV).....	36
Tabel 4.7 Nilai Rata-rata Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (CS).....	37
Tabel 4.8 Nilai Rata-rata Variabel <i>Customer Behavioral Intention</i> (CBI).....	38
Tabel 4.9 Hasil <i>Univariate Normality</i>	39
Tabel 4.10 Hasil <i>Multivariate Normality</i>	40
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	41
Tabel 4.12 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> SQ	42
Tabel 4.13 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> FQ.....	43
Tabel 4.14 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> PV	44
Tabel 4.15 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> CS.....	44
Tabel 4.16 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> CBI.....	45
Tabel 4.17 Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	46
Tabel 4.18 Hasil <i>Direct Effect</i> dan <i>Indirect Effect</i>	47
Tabel 4.19 Hasil Uji Kecocokan Hipotesis.....	48

ABSTRAK

Tujuan Penelitian ini menguji pengaruh *Service Quality*, *Food Quality*, *Perceived Value* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Behavioral Intention* pada restoran Sushi Tei Ciputra World Surabaya.

Penelitian ini merupakan penelitian kausal dengan menggunakan metode survei. Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling*. Jenis metode yang digunakan adalah *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebesar 120 responden. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan Restoran Sushi Tei Ciputra World Surabaya yang melakukan pembelian dalam 6 bulan terakhir. Teknik analisis yang digunakan adalah SEM dengan program LISREL.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *Service Quality*, *Food Quality*, dan *Perceived Value* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *Customer Behavioral Intention* pada restoran Sushi Tei Ciputra World Surabaya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka peneliti merekomendasikan kepada pihak manajemen Restoran Sushi Tei Ciputra World untuk mengedepankan aspek *Food Quality* dan *Perceived Value* untuk membuat konsumen puas serta niat perilaku yang positif terhadap produk dan perusahaan.

Kata Kunci: *Service Quality, Food Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction, Customer Behavioral Intention.*

ABSTRACT

The purpose of this study was to examines the effect of Service Quality, Food Quality, Perceived Value on Customer Satisfaction and Customer Behavioral Intention on Sushi Tei Ciputra World Surabaya restaurant.

This research is a causal research using survey method. Sampling technique used is nonprobability sampling. The type of method used is purposive sampling. The sample used is 120 respondents. The sample in this research is Sushi Tei Ciputra World Sushi Surabaya customers who made the purchase in the last 6 months. The analysis technique used is SEM with LISREL program.

The result of the research shows that Service Quality, Food Quality, and Perceived Value have significant influence to Customer Satisfaction and Customer Satisfaction have significant influence to customer behavior intention on Sushi Tei Ciputra World Surabaya restaurant.

Based on research conducted, the researcher recommend to the management of Sushi Restaurant Tei Ciputra World to promote Food Quality aspect and Perceived Value to make satisfied consumer and positive behavior attitude toward product and company.

Keywords: Service Quality, Food Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction, Customer Behavioral Intention.