

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER PERCEIVED
VALUE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI
CUSTOMER SATISFACTION PADA PELANGGAN
BONCAFE STEAK AND ICE CREAM
DI SURABAYA**



OLEH:

JESSICA ANGELINA

3103014128

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2017**

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER PERCEIVED
VALUE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI
CUSTOMER SATISFACTION PADA PELANGGAN
BONCAFE STEAK AND ICE CREAM
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

Oleh:
JESSICA ANGELINA
3103014023

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2018

HALAMAN PERSETUJUAN

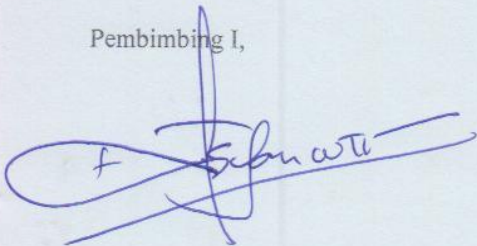
SKRIPSI

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER PERCEIVED
VALUE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI
CUSTOMER SATISFACTION PADA PELANGGAN
BONCAFE STEAK AND ICE CREAM
DI SURABAYA**

Oleh:
JESSICA ANGELINA
3103014128

Telah disetujui dan diterima dengan baik
Untuk diajukan kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



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

Tanggal: 10/01/2018

Pembimbing II,



M. G. Temengkol, Dra. Ec., MM

Tanggal: 10/01/2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Jessica Angelina NRP: 3103014128.

Telah diuji pada tanggal 18 Januari 2018 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji

Christianti

Dr. Christina Esti Susanti, M.M., CPM(AP)

NIK.311.89.0163

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



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

NIK.321.99.0370

[Signature]

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 Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jessica Angelina

NRP : 3103014128

Judul Skripsi : Pengaruh *Service Quality* dan *Customer Perceived Value* Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* Pada Pelanggan *Boncafe Steak and Ice Cream* di Surabaya

Menyatakan tugas akhir skripsi ini merupakan karya tulis sendiri. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan oleh Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

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

Surabaya, 8 Januari 2017

Yang menyatakan,



Jessica Angelina

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, oleh karena rahmat dan kasih karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh *Service Quality* dan *Customer Perceived Value* Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* Pada Pelanggan *Boncafe Steak and Ice Cream* di Surabaya”. Untuk memenuhi persyaratan penyelesaian Program Pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penulisan tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya, antara lain untuk:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., AK., CA., CPAI selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H.L, SE., M.Sc Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Dr. A. Y. Yan Wellyan T.P., M.Si selaku dosen pembimbing 1 yang telah membimbing dengan sabar, membantu memberikan masukan, dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
4. Ibu M. G. Temengkol, Dra. Ec., MM selaku dosen pembimbing 2 yang telah membimbing, membantu memberikan masukan, dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.

5. Ibu Lena Ellitan, Ph.D selaku dosen wali yang telah membimbing penulis selama menempuh kuliah dari semester satu hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
6. Bapak Drs. Ec. Siprianus S. Sina, MM selaku dosen statistika yang telah membantu penulis dalam pengaplikasian program Lisrel 8.70.
7. Semua Bapak/Ibu dosen Fakultas Bisnis yang telah mengajar dan membagikan pengetahuan semasa penulis kuliah selama ini.
8. Orang tua dan keluarga besar yang mendukung doa dan memberi semangat dengan kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan studi selama ini.
9. Teman-teman seperjuangan (Dicky, Ariani, Stefan, Tashia, Fedora, Maria, Vivian, Monica), terima kasih sudah memotivasi penulis. Dukungan kalian benar-benar berarti bagi penulis, hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh responden penelitian yang telah menyempatkan waktu dalam pengisian kuesioner.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pikiran, waktu, tenaga dan kemampuan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh sebab itu penulis tidak menutup kemungkinan adanya kritik maupun saran dari semua pihak. Akhir kata dengan segala kerendahan hati, semoga hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat bagi kepentingan masyarakat luas dan bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada khususnya.

Surabaya, 8 Januari 2018

Jessica Angelina

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.5. Sistematika Penulisan.....	11
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	12
2.1. Penelitian Terdahulu.....	12
2.2. Landasan Teori.....	14
2.2.1. <i>Service Quality</i>	14
2.2.2. <i>Customer Perceived Value</i>	18
2.2.3. <i>Customer Satisfaction</i>	20
2.2.4. <i>Customer Loyalty</i>	24

2.3. Pengaruh Antar Variabel.....	27
2.3.1. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	27
2.3.2. Pengaruh <i>Customer Perceived Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	27
2.3.3. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	28
2.3.4. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	28
2.3.5. Pengaruh <i>Customer Perceived Value</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	29
2.4. Model Penelitian.....	30
2.5. Hipotesis Penelitian.....	31
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	32
3.1. Desain Penelitian.....	32
3.2. Identifikasi Variabel.....	32
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	32
3.4. Jenis Data dan Sumber Data.....	35
3.5. Pengukuran Variabel.....	35
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	36
3.7. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.8. Teknik Analisis Data.....	37
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Sampel Penelitian.....	43
4.2 Karakteristik Responden.....	43
4.3 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	46
4.4 Analisis Data.....	50
4.4.1 Uji Normalitas Data.....	51
4.4.2 Uji Validitas.....	53
4.4.3 Uji Reliabilitas.....	55
4.4.4 Uji Kecocokan Seluruh Model.....	56

4.4.5	Penilaian Model Struktural.....	57
4.4.6	Pengujian Hipotesis.....	58
4.5	Pembahasan.....	58
4.5.1	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	58
4.5.2	Pengaruh <i>Customer Perceived Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	59
4.5.3	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	60
4.5.4	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	61
4.5.5	Pengaruh <i>Customer Perceived Value</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	62
BAB 5	SIMPULAN DAN SARAN.....	64
5.1	Simpulan.....	64
5.2	Saran.....	65
5.2.1	Saran Akademis.....	65
5.2.2	Saran Praktis.....	65

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....	13
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.2 Usia.....	44
Tabel 4.3 Pekerjaan.....	45
Tabel 4.4 Frekuensi Berkunjung.....	46
Tabel 4.5 Interval Rata-Rata Skor.....	47
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i>	47
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Percceived Value</i>	48
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	49
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	50
Tabel 4.10 Pengujian <i>Univariate Normality</i>	52
Tabel 4.11 Pengujian <i>Multivariate Normality</i>	53
Tabel 4.12 Pengujian Validitas Indikator Penelitian.....	53
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4.14 Uji Kecocokan Seluruh Model.....	56
Tabel 4.15 Penilaian Model Struktural.....	57
Tabel 4.16 Pengujian Hipotesis.....	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	30
Gambar 4.1 <i>Path Diagram (T-Value)</i>	51

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Data kuesioner
- Lampiran 3. Karakteristik Responden
- Lampiran 4. *Descriptive Statistics*
- Lampiran 5. Uji Normalitas
- Lampiran 6. Hasil Uji Data
- Lampiran 7. Perhitungan Uji Reliabilitas
- Lampiran 8. Gambar *T-Value*
- Lampiran 9. Gambar *Estimates*
- Lampiran10. Gambar *Standardized Solution*

Pengaruh *Service Quality* dan *Customer Perceived Value* Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* Pada Pelanggan *Boncafe Steak and Ice Cream* di Surabaya

ABSTRAK

Industri rumah makan di Surabaya berkembang sangat pesat. Industri ini memiliki prospek yang cerah di masa depan, karena makanan merupakan kebutuhan utama manusia. Tetapi, melihat persaingan dalam industri rumah makan yang sangat ketat, pemilik rumah makan harus membentuk strategi agar tidak kalah bersaing.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *service quality* dan *customer perceived value* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada Pelanggan *Boncafe Steak and Ice Cream* di Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah pelanggan berusia 17 tahun keatas dan pernah melakukan pembelian sebanyak 2 kali dalam satu tahun terakhir. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 150 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan bantuan program LISREL 8.70.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa: (1) *Service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*; (2) *Customer perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*; (3) *Customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*; (4) *Service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*; (5) *Customer perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada pelanggan *Boncafe*.

Bagi penelitian di masa depan diharapkan untuk meneliti hubungan langsung *service quality* dengan *customer loyalty* dan *customer perceived value* dengan *customer loyalty*, serta menambahkan variabel lain.

Kata Kunci: *Service Quality, Customer Perceived Value, Customer Satisfaction, dan Customer Loyalty*

The Effect of Service Quality and Customer Perceived Value on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction at Customer's Boncafe Steak and Ice Cream in Surabaya

ABSTRACT

In Surabaya, restaurants industry has rapidly progress. This industry has a bright prospect in the future, because food is the main needs of human. But, the owner of restaurant has to make a good strategic in order to survive in this industry, because the competition in restaurant indsutry is so tight.

The purpose of this research is to analyze the effect of service quality and customer perceived value on customer loyalty through customer satisfaction at customer's Boncafe Steak and Ice Cream in Surabaya. The sampling technique for this research is non probability sampling, with purposive sampling method. The characteristics of respondents are at least 17 years old and made a transaction minimal 2 times in last year. This research took 150 respondents as a sample. Structural Equation Model (SEM) and LISREL 8.70 program are used to be the data analysis technique for this research.

The result of this research prove that: (1) Service quality has a significant positive impact on customer satisfaction; (2) Perceived value has a significant positive effect on customer satisfaction; (3) Customer satisfaction has a significant positive impact on customer loyalty; (4) Service quality has a significant positive impact on customer loyalty through customer satisfaction; (5) Customer perceived value has a significant positive impact on customer loyalty through customer satisfaction on customer's Boncafe.

For future research, the researchers can find the direct effect of service quality on customer loyalty and customer perceived value on customer loyalty, also add another variables.

Keywords: Service Quality, Customer Perceived Value,, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty