

**PENGARUH *FOOD QUALITY* DAN *SERVICE QUALITY*
MELALUI *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER*
SATISFACTION PADA TOKYO BELLY DI SURABAYA**



**OLEH:
ANTONIUS DAVIDSON
3103015008**

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

**PENGARUH *FOOD QUALITY* DAN *SERVICE QUALITY*
MELALUI BRAND IMAGE TERHADAP *CUSTOMER*
SATISFACTION PADA TOKYO BELLY DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH:

ANTONIUS DAVIDSON

3103015008

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2018

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY DAN PRICE
PERCEPTION TERHADAP PURCHASE DECISION PADA SANDAL
FIPPER DI SURABAYA**

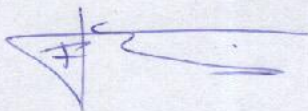
Oleh:

ANTONIUS DAVIDSON

3103015008

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,

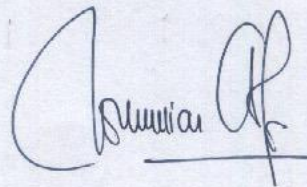


Drs. Petrus Julius F. Nagel, S. Th., MM

NIK. 311.91.0180

Tanggal: 19-6-2019

Pembimbing II,



Monica Adjeng Erwita, S.Sos., M.M.

NIK. 311.13.0754

Tanggal: 20/6/2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Antonius Davidson NRP:3103015008

Telah teruji pada tanggal 3 Juli 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji



(Drs. Petrus Julius F. Nagel, S. Th., MM)

NIK. 311.91.0180

Mengetahui:



Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM
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 di bawah ini:

Nama : Antonius Davidson

NRP : 3103015008

Judul Skripsi : Pengaruh *Food Quality* dan *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* melalui *Brand Image* pada Tokyo Belly di Surabaya.

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, 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, 24 Juni 2019...

Yang menyatakan



(Antonius Davidson)

PENGANTAR

Puji dan syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan kelancaran yang diberikan-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu yang berjudul “Pengaruh *Food Quality* dan *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* melalui *Brand Image* pada Tokyo Belly di Surabaya”. Penyusunan skripsi ini dilakukan agar dapat memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Manajemen di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM., selaku Dekan dari Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Drs. P. Julius F. Nagel, S.Th., MM., selaku Dosen Pembimbing I saya, yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya selama bimbingan dan memberikan saran-saran yang berguna agar saya dapat segera menyelesaikan skripsi saya ini.
4. Monica Ajeng Erwita, S.Sos., MM., selaku Dosen Pembimbing II saya, yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya selama bimbingan dan memberikan saran-saran yang berguna agar saya dapat segera menyelesaikan skripsi saya ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah mengajar saya dan membagikan ilmu pengetahuannya kepada saya selama masa studi saya.
6. Seluruh Staff Tata Usaha di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala yang selalu membantu dalam hal pengumpulan berkas-berkas sejak proposal skripsi sampai pada skripsi saat ini.
7. Keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada saya agar saya bisa menyelesaikan skripsi saya dengan lancar dan tepat waktu.

8. Teman-teman organisasi Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Bisnis periode 2015-2016, 2016-2017, 2017-2018 yang telah menjadi sahabat berorganisasi dan melatih softskills.
9. Teman-teman saya, yang selalu memberikan support kepada saya, dan memberikan banyak bantuan saat saya melakukan penulisan skripsi ini Liana, Serlina, Andy, Daniel, Syeli, Hera, Olivia, Brenda yang selalu memberi saya semangat saat saya lagi stress-stressnya mengerjakan skripsi saya.
10. Teman-teman geng kapak, yaitu Erick & Jap yang selalu memberikan hiburan pada saat saya banyak masalah dan kecemasan, mereka yang memberikan kebahagiaan kembali.
11. Teman-teman sepelayanan gereja saya yang selalu memberikan candaan “kapan lulus?” yaitu Dymas, Ce linda, Daniel Sandy, Ce Shinta, dan masih banyak lagi yang memotivasi saya untuk berjuang menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun dalam penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, saya sebagai penulis berharap semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagia semua pihak.

Surabaya, 18 Juni 2019

Penulis,

Antonius Davidson

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	v
KATAPENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTACT	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	7
BAB 2. TINJUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 <i>Food Quality</i>	9
2.1.2 <i>Service Quality</i>	9
2.1.3 <i>Customer Satisfaction</i>	11
2.1.4 <i>Brand Image</i>	14
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Pengembangan Hipotesis	17
2.3.1 Pengaruh <i>Food Quality</i> terhadap <i>Brand Image</i>	17
2.3.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Brand Image</i>	17

2.3.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	18
2.3.4 Pengaruh <i>Food Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> melalui <i>Brand Image</i>	18
2.3.5 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> melalui <i>Brand Image</i>	19
2.4 Model Penelitian/Rerangka Konseptual	20
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Desain Penelitian	21
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel	21
3.2.1 Variabel Eksogen	22
3.2.1.1 <i>Food Quality</i>	22
3.2.1.2 <i>Service Quality</i>	22
3.2.2 Variabel Intervening	24
3.2.2.1 <i>Brand Image</i>	24
3.2.3 Variabel Endogen.....	24
3.2.3.1 <i>Customer Satisfaction</i>	24
3.2.4 Pengukuran Variabel.....	25
3.3 Jenis dan Sumber Data	26
3.4 Metode Pengumpulan Data	26
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Penyampelan.....	26
3.6 Analisis Data	27
3.6.1 Uji Normalitas.....	27
3.6.2 Uji Validitas	28
3.6.3 Uji Reliabilitas	28
3.6.4 Uji Kecocokan Model Keseluruhan.....	29
3.6.5 Uji Kecocokan Model Struktural	30
3.6.6 Uji Hipotesis	31
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	32

4.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	36
4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel <i>Food Quality</i>	37
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i>	38
4.2.3 Statistik Daskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	39
4.2.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	40
4.3 Hasil Analisis Data	40
4.3.1 Uji Normalitas	40
4.3.2 Uji Validitas	42
4.3.3 Uji Reliabilitas	43
4.3.4 Uji Kecocokan Model Struktural	46
4.3.5 Uji Kecocokan Model Keseluruhan.....	47
4.3.6 Uji Hipotesis	48
4.4 Pembahasan	50
4.4.1 Pengaruh <i>Food Quality</i> terhadap <i>Brand Image</i>	50
4.4.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Brand Image</i>	51
4.4.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	51
4.4.4 Pengaruh <i>Food Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> melalui <i>Brand Image</i>	52
4.4.5 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> melalui <i>Brand Image</i>	53
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN	55
5.1 Simpulan.....	55
5.2 Keterbatasan	56
5.3 Saran	56
5.3.1 Saran Akademis	56
5.3.2 Saran Praktis	57
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian	15
Tabel 3.1 Uji Kecocokan Model Keseluruhan	30
Tabel 4.1 Pernah Berkunjung.....	32
Tabel 4.2 Usia	33
Tabel 4.3 Frekuensi berkunjung dalam 1 Tahun terakhir	33
Tabel 4.4 Jenis Kelamin.....	34
Tabel 4.5 Pekerjaan	34
Tabel 4.6 Pendapatan	35
Tabel 4.7 Pendidikan.....	36
Tabel 4.8 Interval Penilaian	37
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Food Quality</i>	37
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i>	38
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	39
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	40
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>	41
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	42
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas <i>Food Quality</i>	44
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas <i>Service Quality</i>	45
Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas <i>Brand Image</i>	45
Tabel 4.19 Hasil Uji Reliabilitas <i>Customer Satisfaction</i>	46
Tabel 4.20 Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4.21 Pengujian Kecocokan Model Keseluruhan	48
Tabel 4.22 Pengujian Hipotesis	49

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Tabel Perkembangan Ekonomi Kreatif dari berbagai sektor dari tahun 2011-2015	2
Gambar 2.1 Model Penelitian	20

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Karakteristik Responden
- Lampiran 3a. Jawaban Responden Tentang Variabel FQ
- Lampiran 3b. Jawaban Responden Tentang Variabel SQ
- Lampiran 3c. Jawaban Responden Tentang Variabel BI
- Lampiran 3d. Jawaban Responden Tentang Variabel CS
- Lampiran 4. Frekuensi Karakteristik Responden
- Lampiran 5. Uji Reliabilitas
- Lampiran 6. Uji Normalitas
- Lampiran 7. Output SEM
- Lampiran 8a. *Path Diagram – Estimate*
- Lampiran 8b. *Path Diagram – Standarized Solution*
- Lampiran 8c. *Path Diagram – T-value*

ABSTRAK

Industri di Indonesia kini semakin berkembang pesat. Khususnya industri di bidang kuliner. Makanan adalah bahan pokok manusia yang harus terpenuhi. Di Indonesia terdapat banyak macam makanan yang dapat ditemui, mulai dari makanan yang sederhana sampai yang aneh. Oleh sebab itu pemilik bisnis diwajibkan memiliki sebuah ide dan inovasi yang bisa menjawab keinginan konsumen sekaligus membuat konsumen itu puas. Dengan memberikan sedikit variasi dan keunikan akan memudahkan pelaku bisnis menarik hati konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara *food quality* dan *service quality* terhadap *customer satisfaction* melalui *brand image* pada restoran Tokyo Belly di Surabaya. Penelitian ini menggunakan model penelitian kausal. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non probability sampling*. Sampel yang dipakai sebanyak 110 responden yang *dine in* atau *take away* di restoran Tokyo Belly di Surabaya. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan diolah menggunakan teknik Structural Equation Model (SEM) dengan alat analisis Lisrel.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *food quality* dan *service quality* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *brand image*. *Brand image* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *customer satisfaction*. *Food quality* dan *service quality* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *customer satisfaction* melalui *brand image* pada Tokyo Belly di Surabaya.

Kata Kunci: *Food Quality, Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction*

EFFECT OF FOOD QUALITY AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION THROUGH BRAND IMAGES AT TOKYO BELLY RESTAURANT IN SURABAYA

ABSTRACT

Industry in Indonesia is now growing rapidly. Especially the industry in the culinary field. Food is the main human ingredient that must be fulfilled. In Indonesia there are many types of food that can be enjoyed, from easy foods to strange foods. Therefore, business owners are realized to have ideas and innovations that can answer consumer desires while making consumers satisfied. Providing a little varization and uniqueness will make it easier for businesses to attract consumers.

This study aims to study the effect of food quality and service quality on customer satisfaction through brand image at the Tokyo Belly restaurant in Surabaya. This study uses a causal research model. The sampling method used is non probability sampling. The sample used was 110 respondents who ate in or taken home at the Tokyo Belly restaurant in Surabaya. The data collection tool used is a questionnaire. Data were collected using questionnaires and processed using Structural Equation Model (SEM) techniques with Lisrel analysis tools.

The results showed that food quality and service quality had a significant and positive effect on brand image. Brand image manifests significant and positive impact on customer satisfaction. Food quality and service quality have a significant and positive effect on customer satisfaction through the brand image of Tokyo Belly in Surabaya.

Keyword: Food Quality, Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction