

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karuniaNya yang selalu menyertai peneliti sehingga penulisan tugas akhir dalam bentuk skripsi dengan judul “**ANALISIS PENGARUH SOCIAL MEDIA REVIEW, BRAND SATISFACTION, DAN SERVICE OPERATION TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION PADA RESTORAN KFC, TANGERANG.**” dapat terselesaikan. Penulisan ini dilakukan dengan tujuan memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu di Universitas Pelita Harapan, Karawaci, Tangerang.

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

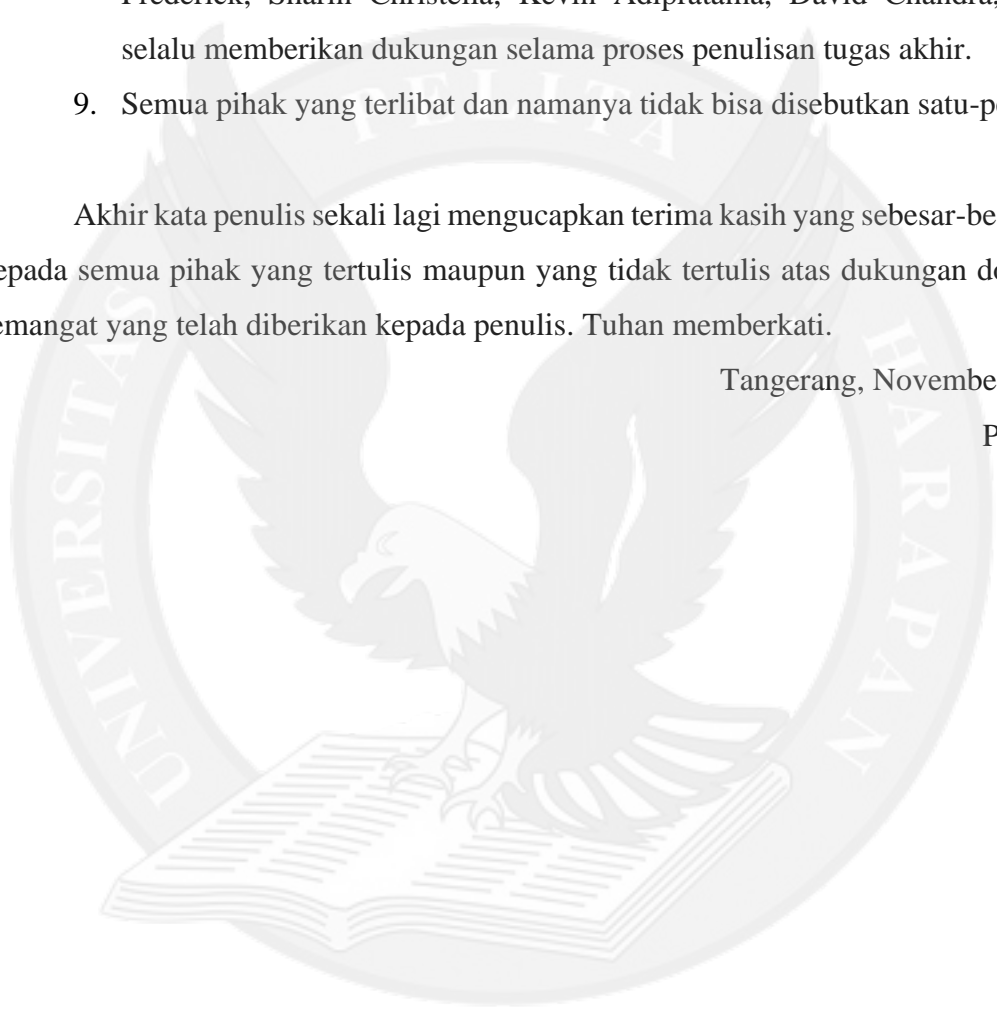
1. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, MBA Ph. D., selaku Dekan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan.
2. Ibu Isana S.C. Meranga, S.P., M.M. selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, jurusan Manajemen, Universitas Pelita Harapan.
3. Bapak Danet Arya Patria, S.E., MBA. selaku pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan masukan dan arahan kepada penulis.
4. Ibu Dr. Margaretha Pink Berlianto SE., M.M, Ak., CA, selaku Pembimbing Akademik selama masa perkuliahan penulis.
5. Seluruh dosen dan staff Program Studi Manajemen Universitas Pelita Harapan atas segala ilmu dan pengalaman yang telah dibagikan kepada penulis selama perkuliahan.
6. Orang tua, kakak dan seluruh keluarga penulis yang senantiasa memberikan dukungan dan doa kepada penulis untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

7. Gilbert, Vinilia Sari, Valent Veronica, Valencia Devi yang selalu memberikan dukungan serta saran kepada penulis selama proses menyelesaikan tugas akhir.
8. Tia Natasya Susanto, Angel Stefanny, Hokky Tandean, Bonifasius Frederick, Sharin Christella, Kevin Adipratama, David Chandra, yang selalu memberikan dukungan selama proses penulisan tugas akhir.
9. Semua pihak yang terlibat dan namanya tidak bisa disebutkan satu-persatu.

Akhir kata penulis sekali lagi mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang tertulis maupun yang tidak tertulis atas dukungan doa dan semangat yang telah diberikan kepada penulis. Tuhan memberkati.

Tangerang, November 2020

Peneliti



Daftar Isi

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	18
1.3 Tujuan Penelitian	19
1.4 Manfaat Penelitian.....	19
1.4.1 Manfaat Teoritis	19
1.4.2 Manfaat Praktisi	20
1.5 Sistematika Penyajian	20
BAB II Tinjauan Pustaka.....	23
2.1 Definisi <i>Fast Food</i>	23
2.2 Variabel yang Diteliti	24
2.2.1 Definisi <i>Social Media Review</i>	24
2.2.2 Definisi <i>Brand Satisfaction</i>	27
2.2.3 Definisi <i>Service Operation</i>	28
2.2.4 Definisi <i>Customer Satisfaction</i>	29
2.3 Hubungan Antar Variabel	31
2.3.1 Hubungan antara <i>Social Media Review</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	31

2.3.2 Hubungan antara <i>Brand Satisfaction</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	32
2.3.3 Hubungan antara <i>Service Operation</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	33
2.4 Model Penelitian.....	34
BAB III Metodologi Penelitian	35
3.1 Objek Penelitian	35
3.2 Unit Analisis.....	36
3.3 Tipe Penelitian.....	37
3.4 Populasi dan Sampel	37
3.4.1 Metode Penentuan Jumlah Sampel.....	38
3.4.2 Metode Pengambilan Sampel	39
3.5 Metode Pengumpulan Data	42
3.5.1 Data Primer.....	42
3.5.1.1 Kuesioner	43
3.5.2 Data Sekunder.....	43
3.6 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	44
3.7 Metode Analisis Data	49
3.7.1 PLS-SEM (Partial Least Squares–Structural Equation Modelling)	49
3.7.2 Skala Pengukuran	51
3.7.3 Uji Validitas.....	53
3.7.4 Uji Reliabilitas	54
3.8 Hasil uji Instrumen Penelitian	55
3.8.1 Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	55
3.8.1.1 Uji Validitas Studi Pendahuluan.....	56
3.8.1.2 Uji Validitas Diskriminan Studi Pendahuluan.....	58
3.8.1.3 Uji <i>Composite Reliability</i> dan AVE Studi Pendahuluan.....	59
BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	61
4.1 Hasil Penelitian.....	61
4.1.1 Profil Responden	61
4.1.1.1 Jenis Kelamin Responden	61

4.1.1.2 Usia	62
4.1.1.3 Domisili.....	63
4.1.1.4 Profesi	65
4.1.1.5 Tingkat Pendidikan	66
4.1.1.6 Penghasilan per Bulan.....	67
4.1.1.7 Frekuensi Pembelian KFC per Bulan	68
4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif	69
4.1.2.1 Deskriptif <i>Social Media Review</i>	70
4.1.2.2 Deskriptif <i>Brand Satisfaction</i>	71
4.1.2.3 Deskriptif <i>Service Operation</i>	71
4.1.2.4 Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i>	72
4.1.3 Analisis Data Penelitian.....	73
4.1.3.1 <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran)	74
4.1.3.1.1 Uji Validitas Aktual	74
4.1.3.1.2 Uji <i>Composite Reliability</i> dan AVE aktual	76
4.1.3.2 <i>Inner Model</i>	78
4.1.3.2.1 <i>Coefficient of Determination (R Squares)</i>	78
4.1.3.2.2 Pengujian Hipotesis.....	79
4.2 Pembahasan	81
BAB V Kesimpulan dan Saran	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Implikasi Manajerial.....	85
5.3 Saran dan Keterbatasan Penelitian	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	A-1

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Nilai PDB Berdasarkan industri 2014 – 2018.....	2
Gambar 1.2 Survey Top 10 Restoran untuk makan, <i>Take away</i> , atau <i>Home Delivery</i>	5
Gambar 1.3 Pertambahan Jumlah KFC setiap Tahun	6
Gambar 1.4 Data <i>Traffic Social Media</i> diIndonesia.....	11
Gambar 1.5 <i>Review KFC</i> via Media Social Facebook.....	11
Gambar 1.6 <i>Review Burger King Indonesia</i> via Media Social Facebook	12
Gambar 1.7 Data Survey mencari informasi melalui Media Sosial.....	15
Gambar 1.8 Promosi KFC melalui Media Sosial Instagram.....	16
Gambar 2.1 Model Penelitian	34
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	63
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Domisili	64
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Profesi	65
Gambar 4.5 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	66
Gambar 4.6 Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan	67
Gambar 4.7 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian KFC per Bulan.....	68
Gambar 4.8 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	74
Gambar 4.9 Model Pengukuran (<i>Inner Model</i>).....	77

Daftar Tabel

Tabel 1.1 Jumlah Gerai Restoran <i>FastFood</i> di Indonesia.....	6
Tabel 1.2 Top Brand Index <i>FastFood Restaurant</i> 2017 – 2020	8
Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel.....	44
Tabel 3.2 <i>Convergent validity</i> (<i>Indicator reliability/outer loading/loading factor</i>).....	57
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Diskriminan Studi Pendahuluan	58
Tabel 3.4 <i>Internal Consistency</i> (<i>Composite Reliability, Average Variance Extracted</i>).....	59
Tabel 4.1 Penjelasan Konversi Perhitungan	69
Tabel 4.2 Hasil Statistik Deskriptif <i>Social Media Review</i>	70
Tabel 4.3 Hasil Statistik Deskriptif <i>Brand Satisfaction</i>	71
Tabel 4.4 Hasil Statistik Deskriptif <i>Service Operation</i>	72
Tabel 4.5 Hasil Statistik Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i>	73
Tabel 4.6 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	75
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Diskriminan Aktual.....	75
Tabel 4.8 <i>Internal Consistency</i> (<i>Composite Reliability, Average Variance Extracted</i>).....	77
Tabel 4.9 Nilai <i>R-Squares</i>	78
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Collinearity Statistic (VIF)</i>	79
Tabel 4.11 Hasil Uji Hipotesis	80

Daftar Lampiran

LAMPIRAN Lembar Pengesahan.....	A-1
LAMPIRAN Kuesioner Pertanyaan.....	B-1
LAMPIRAN Hasil Data Excel.....	C-1
LAMPIRAN Hasil Pengolahan Data Actual.....	D-1

