

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga dapat menyelesaikan skripsi. Tugas akhir dengan judul “Efek moderasi dari Long Term Orientation dan Café Involvement terhadap Reward Timing serta Reward Type Pada Café di Jabodetabek” ini guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi strata satu pada Universitas Pelita Harapan, Tangerang. Penulis juga mendapatkan banyak bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak, sehingga dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Ibu Gracia Shinta S. Ugut, MBA., Ph.D. . selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan.
2. Ibu Isana S. C. Meranga, S.P., M.M . selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pelita Harapan Karawaci.
3. Ibu Juanna Judith Huliselan, MA, Ph.D. Selaku dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan bagi penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Dr. Innocentius Bernarto. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan kepada penulis mulai dari semester I sampai penulis dapat menyelesaikan studi.
5. Kepada Ayah dan Ibu serta seluruh keluarga yang senantiasa mendo’akan,memberi motivasi,nasihat, serta memberikan dorongan baik secara moral selama penulis kuliah di Universitas Pelita Harapan Karawaci.

6. Kepada Sahabat-sahabat dirumah, yaitu Dila dan Ita yang selalu memberikan motivasi.
7. Kepada Sahabat-sahabat SMA, yaitu Dela, Stephanie, Tifani, dan Anet yang selalu memberi masukan dan dukungan kepada penulis.
8. Kepada Sahabat-sahabat di Kampus, yaitu Alecia, Audrey, Agnes, Devona, Jesica, Naura, dan Rosita yang telah menemani penulis dari semester I hingga penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari jika penulisan dalam skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Sehingga dengan segala kerendahan hati penulis menerima segala kritik serta saran demi kesempurnaan skripsi ini

Tangerang, 5 Mei 2021

FELI FITRIALIKA

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b>	
<b>PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR</b>	
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR</b>	
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.4.1 Teoritis .....	6
1.4.2 Praktis.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1 Konsep dari Kewirausahaan.....	8
2.2 Inovasi Bisnis .....	9
2.3 Consumer Behaviour.....	10
2.4 Consumer Loyalty .....	11
2.5 Customer Relationship Management (CRM).....	11
2.5.1 Tujuan Umum Sistem CRM.....	13
2.5.2 Aplikasi Umum CRM .....	13
2.6 Customer Loyalty Program .....	15
2.6.1 Faktor yang Mempengaruhi Customer Loyalty Program .....	20

2.6.2 Long Term Orientation .....	21
2.6.3 Family Restaurant.....	22
2.6.4 Price Sensitivity .....	23
2.7 Penelitian Terdahulu .....	24
2.8 Kerangka Berpikir .....	26
2.9 Hipotesis.....	27

**BAB III METODE PENELITIAN .....29**

3.1 Pemilihan Lokasi.....	29
3.2 Subyek dan Obyek Penelitian .....	30
3.2.1 Subyek Penelitian.....	30
3.2.2 Obyek Penelitian .....	31
3.3 Definisi Operasional dan Model Penelitian .....	32
3.3.1 Definisi Operasional.....	32
3.3.2 Model Penelitian .....	36
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	37
3.5 Metode Pengumpulan Sampel.....	38
3.5.1 Penentuan Jumlah Sampel.....	39
3.5.2 Skala Pengukuran.....	40
3.5.3 Teknik Pengolahan Data .....	40
3.6 Jenis Penelitian.....	41
3.6.1 Variabel Penelitian Eksperimental.....	41
3.6.2 Desain Eksperimental.....	44
3.7 Teknik Analisi Data .....	44
3.7.1 Uji Validitas.....	45
3.7.2 Uji Realibilitas .....	45
3.7.3 Manipulation Check.....	46
3.7.4 Uji Hipotesis.....	48
3.7.4.1 Uji Beda (ANOVA) .....	48
3.8 Hasil Studi Pendahuluan .....	49
3.8.1 Pre-Test .....	50

<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>52</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	52
4.2 Statistika Deskriptif.....	55
4.3 Analisis Uji Hipotesis .....	65
4.3.1 Manipulation Check.....	65
4.3.2 Analisis Anova H1 untuk Eksperimen 1 .....	67
4.3.3 Analisis Anova H2 untuk Eksperimen 2 dan Eksperimen 4 .....	70
4.3.3.1 Eksperimen 2.....	70
4.3.3.2 Eksperimen 4.....	72
4.3.5 Analisis Anova H3 untuk Eksperimen 3 .....	75
4.3.5 Analisis Anova H4 untuk Eksperimen 2 dan Eksperimen 4 .....	77
4.3.5.1 Eksperimen 2.....	77
4.3.5.2 Eksperimen 4.....	79
4.4 Pembahasan Uji Hipotesis.....	83
4.4.1 Hasil uji Anova H1 untuk Eksperimen 1 .....	83
4.4.2 Analisis Anova H2 untuk Eksperimen 2 dan Eksperimen 4 .....	84
4.4.3 Analisis Anova H3 untuk Eksperimen 3.....	86
4.4.4 Analisis Anova H4 untuk Eksperimen 2 dan Eksperimen 4 .....	88
4.5 Perbandingan Dengan Peneliti Terdahulu.....	90
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	 <b>94</b>
5.1 Kesimpulan .....	94
5.2 Implikasi Manajerial .....	95
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	97
5.4 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	97
 <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	 <b>99</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik data bisnis kuliner pada tahun 2014-2019.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	26
Gambar 2.2 Hipotesis Gambar.....	28
Gambar 3.1 Model Penelitian.....	37
Gambar 4.1 Interaksi antara Reward Timing dengan Long Term Orientation terhadap Customer Loyalty.....	68
Gambar 4.2 Interaksi antara Reward Type dengan Long Term Orientation terhadap Customer Loyalty.....	71
Gambar 4.3 Interaksi antara Reward Type dengan Long Term Orientation terhadap Customer Loyalty.....	73
Gambar 4.4 Interaksi antara Reward Timing dengan Café Involvement terhadap Customer Loyalty.....	76
Gambar 4.5 Interaksi antara Reward Type dengan Café Involvement terhadap Customer Loyalty.....	78
Gambar 4.6 Interaksi antara Reward Type dengan Café Involvement terhadap Customer Loyalty.....	80
Gambar 4.7 Hasil Uji Hipotesis.....	82

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3.1	Skema Skenario untuk Peneliatan Eksperimen.....	32
Tabel 3.2	Definisi Operasional.....	33
Tabel 3.3	Tabel Manipulasi.....	51
Tabel 4.1	Karakteristik Responden.....	52
Tabel 4.2	Persepsi Responden Terhadap Variabel Long-term Orientation.....	55
Tabel 4.3	Persepsi Responden Terhadap Variabel Family Restaurant Involvement .....	57
Tabel 4.4	Persepsi Responden Terhadap Variabel Price sensitivity.....	59
Tabel 4.5	Persepsi Responden Terhadap Variabel Customer Loyalty.....	62
Tabel 4.6	Tabel Manipulasi.....	66
Tabel 4.7	Statistik Deskriptif Uji ANOVA antara Customer Loyalty dengan Long Term Orientation dan Reward Timing.....	67
Tabel 4.8	Hasil Uji ANOVA antara Customer loyalty dengan Long Term Orientation dan Reward Timing.....	68
Tabel 4.9	Statistik Deskriptif Uji ANOVA antara Customer Loyalty dengan Long Term Orientation dan Reward Type.....	70
Tabel 4.10	Hasil Uji ANOVA antara Customer loyalty dengan Long Term Orientation dan Reward Type.....	70
Tabel 4.11	Statistik Deskriptif Uji ANOVA antara Customer Loyalty dengan Long Term Orientation dan Reward Type.....	72
Tabel 4.12	Hasil Uji ANOVA antara Customer loyalty dengan Long Term Orientation dan Reward Type.....	73
Tabel 4.13	Statistik Deskriptif Uji ANOVA antara Customer Loyalty dengan Café involvement dan Reward Timing.....	75

Tabel 4.14	Hasil Uji ANOVA antara Customer loyalty dengan Café Involvement dan Reward Timing.....	75
Tabel 4.15	Statistik Deskriptif Uji ANOVA antara Customer Loyalty dengan Café Involvement dan Reward Type.....	77
Tabel 4.16	Hasil Uji ANOVA antara Customer loyalty dengan Café Involvement dan Reward Type.....	77
Tabel 4.17	Statistik Deskriptif Uji ANOVA antara Customer Loyalty dengan Café Involvement dan Reward Type.....	79
Tabel 4.18	Hasil Uji ANOVA antara Customer loyalty dengan Café Involvement dan Reward Type.....	80
Tabel 4.19	Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian.....	82
Tabel 4.20	Tabel Hasil Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang.....	91



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUISIONER PENELITIAN .....	A-1
LAMPIRAN B HASIL PENGOLAHAN DATA DENGAN PROGRAM SMARTPLS 3.0 PENELITIAN .....	B-1

