

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis sampaikan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Serta memberikan rahmat dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu S2 Magister Manajemen di Universitas Pelita Harapan Surabaya.

Penulisan penelitian dengan topik Analisis Pengaruh *Food and Beverage Quality, Service Quality, Place, dan Perceived Price* terhadap *Repurchase Intention* Melalui *Customer Satisfaction* Pada Konsumen Sonokembang Catering di Surabaya ini bukanlah topik awal keinginan penulis, namun topik ini muncul dan berkembang dari topik awal penulis sejak kelas metodologi penelitian. Minat penulis timbul akan kaitan antara *Satisfaction* dan dampaknya atas *Repurchase intention*. Penulis menyadari bahwa masih sangat banyak kekurangan dalam penelitian penulis baik dalam hal penulisan penelitian maupun kedalaman detail dan analisis. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahan dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis juga memberikan ucapan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Ibu Dr. Yolanda, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing pertama yang membantu banyak hal hingga dapat terselesaikannya penelitian ini.
2. Bapak Dr. Yanuar Dananjaya, B.Sc., M.M. selaku dosen pembimbing kedua yang membantu banyak hal dengan memberikan masukan dan perhatiannya hingga dapat terselesaikannya penelitian ini.

Surabaya, 13 Agustus 2021



Elang Cakra Rajasa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN IDENTITAS PENGUJI	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN DAN PEMBIMBING	iv
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Penelitian.....	8
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.5.2 Manfaat Praktis.....	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 <i>Food and Beverages Quality</i>	12
2.1.2 <i>Service Quality</i>	14
2.1.3 <i>Perceived Price</i>	16
2.1.4 <i>Place</i>	17
2.1.5 <i>Customer Satisfaction</i>	18
2.1.6 <i>Repurchase Intention</i>	20

2.2 Penelitian Terdahulu.....	22
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	22
2.3.1 Pengaruh <i>Food and Beverages Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	22
2.3.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	23
2.3.3 Pengaruh <i>Place</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	24
2.3.4 Pengaruh <i>Perceived Price</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	25
2.3.5 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Repurchase Intention</i>	26
2.4 Model Penelitian.....	27
2.5 Bagan Alur Berpikir.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	29
3.1 Jenis Penelitian.....	29
3.1.1 Jenis Data	29
3.1.2 Sumber Data	30
3.1.3 Populasi dan Sampel	30
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	32
3.3 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel.....	34
3.4 Metode Analisis Data.....	36
3.4.1 Pengolahan Data.....	36
3.5 Pengujian Hipotesis.....	37
3.5.1 Uji Validitas.....	37
3.5.2 Uji Reabilitas.....	37
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	38
3.5.4 Uji Normalitas.....	38
3.5.5 Uji Linearitas.....	39
3.5.6 Uji Multikolinearitas.....	39
3.5.7 Uji Heterokedastistas.....	39
3.5.8 Uji Regresi Linearitas.....	39
3.5.9 Analisis Linearitas Regresi Sederhana.....	40
3.5.10 Analisis Linearitas Regresi Berganda.....	40
3.5.11 Koefisien Korelasi.....	41

3.5.12 Koefisien Determinasi.....	42
3.5.13 Pengujian Hipotesis.....	42
3.5.13.1 Uji F.....	42
3.5.13.2 Uji T.....	43
3.6 Analisis Kuantitatif Deskriptif.....	43
3.7 Interpretasi Hasil.....	43
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Gambaran Umum Sonokembang Catering Surabaya.....	45
4.2 Pengambilan Data.....	46
4.2.1 Pengumpulan Data Kuantitatif.....	46
4.3 Pengujian Model Penelitian Kuantitatif.....	46
4.4 Analisis Data.....	47
4.4.1 Statistik Deskriptif.....	47
4.4.1.1 Karakteristik Responden.....	47
4.4.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	48
4.4.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
4.4.1.4 Tanggapan Responden.....	50
4.4.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	57
4.4.2.1 Penjelasan Responden terhadap <i>Food and Beverages Quality</i>	57
4.4.2.2 Penjelasan Responden terhadap <i>Service Quality</i>	59
4.4.2.3 Penjelasan Responden terhadap <i>Perceived Price</i>	61
4.4.2.4 Penjelasan Responden terhadap <i>Place</i>	62
4.4.2.5 Penjelasan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	63
4.4.2.6 Penjelasan Responden terhadap <i>Repurchase Intention</i>	65
4.4.3 Analisis Uji Validitas.....	67
4.4.4 Analisis Uji Reabilitas.....	69
4.4.5 Pengujian Asumsi Klasik Regresi	70
4.4.5.1 Uji Normalitas.....	70
4.4.5.2 Uji Heterokedastisitas	73
4.4.5.3 Uji Multikolinearitas.....	75

4.4.5.4 Uji Linearitas.....	76
4.5 Metode Analisis Statistik.....	77
4.5.1 Analisis Regresi.....	77
4.6 Metode Pengujian Hipotesis.....	80
4.6.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji-F).....	80
4.6.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji-t).....	81
4.7 Pembahasan.....	82
4.7.1 Pembahasan Model Penelitian.....	82
4.7.2 Pembahasan Hasil Implementasi	84
BAB V KESIMPULAN.....	97
5.1 Kesimpulan.....	97
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis.....	97
5.1.1.1 Hipotesis 1 (<i>Food and Beverages Quality</i> berpengaruh positif terhadap <i>Customer Satisfaction</i>).....	98
5.1.1.2 Hipotesis 2 (<i>Service Quality</i> berpengaruh positif terhadap <i>Customer Satisfaction</i>).....	98
5.1.1.3 Hipotesis 3 (<i>Perceived Price</i> berpengaruh positif terhadap <i>Customer Satisfaction</i>).....	98
5.1.1.4 Hipotesis 4 (<i>Place</i> berpengaruh positif terhadap <i>Customer Satisfaction</i>).....	99
5.1.1.5 Hipotesis 5 (<i>Customer Satisfaction</i> berpengaruh positif terhadap <i>Repurchase Intention</i>).....	99
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	100
5.2 Implikasi.....	101
5.2.1 Implikasi Teoritis Secara Keseluruhan.....	101
5.2.2 Implikasi Manajerial.....	103
5.3 Rekomendasi.....	105
DAFTAR PUSTAKA	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penataan Sonokembang Catering Pada Acara Pernikahan	4
Gambar 2.1.5 Model Analisis Kepuasan Pelanggan	19
Gambar 2.4 Model Penelitian	27
Gambar 4.2 Diagram Pie Responden Berdasarkan Usia	48
Gambar 4.3 Diagram Pie Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Gambar 4.4 P-Plot Uji Normalitas <i>Repurchase Intention</i>	71
Gambar 4.5 P-Plot Uji Normalitas <i>Customer Satisfaction</i>	72
Gambar 4.6 <i>Scatterplot</i> Uji Heterokedastistas <i>Repurchase Intention</i>	73
Gambar 4.7 <i>Scatterplot</i> Uji Heterokedastistas <i>Customer Satisfaction</i>	74
Gambar 4.8 Model Akhir Penelitian	80
Gambar 4.9 Model Struktural Penelitian	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Laju Pertumbuhan PDRB Kota Surabaya pada tahun 2012-2016	2
Tabel 3.1 Desain Inti Kuesioner	33
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	34
Tabel 3.3 Evaluasi Pengukuran Model Refleksif	42
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel	50
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Food and Beverages Quality</i>	51
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap <i>Service Quality</i>	52
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap <i>Perceived Price</i>	53
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap <i>Place</i>	54
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	55
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	56
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Food and Beverages Quality</i>	57
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Service Quality</i> ..	59
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Perceived Price</i> ..	61
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Place</i>	62
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	63
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Repurchase Intention</i>	65
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Food and Beverages Quality</i>	67
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Service Quality</i>	67
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived Price</i>	67
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Place</i>	67
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	67
Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Repurchase Intention</i>	68
Tabel 4.22 Hasil Uji Reabilitas Variabel <i>Food and Beverages Quality</i>	69

Tabel 4.23 Hasil Uji Reabilitas Variabel <i>Service Quality</i>	69
Tabel 4.24 Hasil Uji Reabilitas Variabel <i>Perceived Price</i>	69
Tabel 4.25 Hasil Uji Reabilitas Variabel <i>Place</i>	69
Tabel 4.26 Hasil Uji Reabilitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	69
Tabel 4.27 Hasil Uji Reabilitas Variabel <i>Repurchase Intention</i>	69
Tabel 4.28 Kolmogorov Smirnov model (FQ, SQ, PP, PL*CS).....	70
Tabel 4.29 Kolmogorov Smirnov model (CS*RI).....	70
Tabel 4.30 Hasil Uji Spearsman's 1 (CS*RI)	73
Tabel 4.31 Hasil Uji Spearsman's 1 (FQ, SQ, PP, PL*CS).....	74
Tabel 4.32 Nilai <i>Tolerance</i> VIF	75
Tabel 4.33 Hasil Uji Linearitas	76
Tabel 4.34 Hasil Uji Regresi Sederhana	77
Tabel 4.35 Hasil Uji Regresi Berganda	78
Tabel 4.36 Hasil Uji F	80
Tabel 4.37 Hasil Uji t	81
Tabel 5.2 Implikasi Teoritis	102

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A : KUESIONER

LAMPIRAN B : TABULASI DATA KUESIONER

LAMPIRAN C : STATISTIK DESKRIPSI

LAMPIRAN D : HASIL PENGOLAHAN DATA

