

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa dan membuktikan pengaruh *service quality*, *food quality*, *perceive value* terhadap *behavior intention* melalui *customer satisfaction*, dengan studi kasus *Outlet Sour Sally* di Surabaya.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan Sour Sally yang pernah mengkonsumsi Sour Sally di tempat. Dengan karakteristik pria dan wanita yang tinggal di Surabaya, dan mengkonsumsi Sour Sally minimal 6 bulan terakhir. Jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey* dengan menggunakan kuesioner. Model pengolahan data yang digunakan untuk menganalisis data adalah SPSS ver 16.0

Hasil pengolahan data berdasarkan Regresi sederhana menunjukkan bahwa *service quality*, *food quality*, dan *perceive value* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*; *customer satisfaction* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *behavior intention*. Dari hasil analisis koefisien determinasi, *customer satisfaction* memiliki pengaruh 63,7% dalam terbentuknya *behavior intention*, sedangkan sisanya 36,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata kunci: *service quality, food quality, perceive value, behavior intention*

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze and prove the influence of service quality, food quality, perceive value in behavior intention through customer satisfaction, with case studies Sour Sally outlets in Surabaya.

The sample used in this study are the customers who have consumed Sally Sour Sour Sally in place. With the characteristics men and women who live in Surabaya, and consume product of Sour Sally at least 6 months. The number of samples used is 100 respondents. Data collection techniques used in this study is a survey method using questionnaires. Data processing model used to analyze the data is use SPSS ver 16.0.

The results of data processing based on a simple regression shows that service quality, food quality, and perceive value has a positive and significant impact on customer satisfaction; customer satisfaction has a positive and significant influence on behavior intention. From the analysis of the coefficient of determination, customer satisfaction has a 63.7% influence in the formation of behavioral intention, while the remaining 36.3% is influenced by other variables that are not addressed in this study.

Keywords: service quality, food quality, perceive value, behavior intention

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas penyertaan, kasih dan karunia dan limpahan berkat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY, FOOD QUALITY, PERCEIVE VALUE* TERHADAP *BEHAVIOR INTENTION* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* SOUR SALLY SURABAYA”**, sebagai persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Sarjana Strata Satu Ekonomi di Universitas Pelita Harapan Surabaya.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, penulisan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik dan lancar. Dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih atas segala bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik, kepada:

1. Bapak Ronald, S.T, M.M selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.
2. Ibu Veronika Rahmawati, S.E.,M.Si selaku dosen Widya Mandala sebagai dosen pembimbing yang memberikan segala daya upaya, bimbingan dan dorongan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
3. Bapak Yanuar Dahmajaya, B.Sc,M.M selaku dosen Universitas Pelita Harapan Surabaya sebagai dosen pembimbing atas arahan yang diberikan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
4. Ibu oliandes, S.E, M.M atas segala rekomendasi dan saran untuk perbaikan skripsi ini, sehingga skripsi ini semakin disempurnakan.
5. Kepada keluarga tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis.
6. Kepada seluruh staf pengajar Program Pra Sarjana Strata Dua jurusan Manajemen Universitas Pelita Harapan Surabaya yang telah memberikan pengetahuan, dan ilmu-ilmu kepada penulis selama proses kegiatan belajar mengajar yang diharapkan dapat berguna bagi penulis setelah lulus nanti.

7. Kepada semua responden atas ketersediaan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner demi kelancaran penulisan skripsi ini.
8. Serta kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga penelitian ini dapat bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan dalam penelitian selanjutnya

Surabaya, 23 November 2012

Penulis

Hendra Tjahjono

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Batasan Penelitian.....	5
1.3 Rumusan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penulisan	6
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.5.2 Manfaat Praktisi.....	6
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Kepuasan Pelanggan	8
2.1.1.1 Atribut-atribut Pembentuk Kepuasan.....	9
2.1.2 <i>Perceive Value</i>	11
2.1.3 <i>Service Quality</i>	15
2.1.3.1 Karakteristik Kualitas Layanan.....	17
2.1.3.2 Kualitas Layanan Internal	18

2.1.4 <i>Food Quality</i>	19
2.1.4.1 Lima tingkatan suatu produk yang Berkualitas	20
2.1.5 <i>Behavior Intention</i>	21
2.1.5.1 Dimensi <i>Behavior Intention</i>	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Perumusan Hipotesis	24
2.4 Model Penelitian.....	26
2.5 Bagan Alur Berpikir	27
BAB 3 METODELOGI PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian	28
3.2 Jenis dan Sumber Data	28
3.3 Populasi dan Sampel.....	29
3.3.1 Populasi.....	29
3.3.2 Sampel.....	29
3.4 Metode Pengumpulan Data	30
3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	30
3.5.1 Aras dan Skala Pengukuran	32
3.6 Metode Analisis Data	33
3.7 Uji Regresi Linier Sederhana.....	35
BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Gambaran Umum Sour Sally.....	39
4.2 Gambaran umum responden	40
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	40
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	41
4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan frekuensi mengkonsumsi sour sally	42
4.2.2 Tanggapan Responden.....	42
4.2.2.1 Variabel <i>Service Quality</i>	43
4.2.2.2 Variabel <i>Food Quality</i>	44

4.2.2.3 Variabel <i>Perceive Value</i>	44
4.2.2.4 Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	45
4.2.2.5 Variabel <i>Behavior Intention</i>	46
4.3 Hasil Pengujian Kualitas Data.....	47
4.3.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	47
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	49
4.3.2.1 Uji Normalitas.....	49
4.3.2.1.1 Uji Normalitas <i>Service quality, food quality, perceive value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	49
4.3.2.1.2 Uji Normalitas <i>Customer Satisfactin</i> terhadap <i>Behavior</i> <i>Intention</i>	50
4.3.2.2 Uji Multikolinearitas.....	50
4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas	51
4.3.2.3.1 Uji Heteroskedastisitas <i>Service quality, food quality, perceive</i> <i>value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	51
4.3.2.3.2 Uji Heteroskedastisitas <i>Customer Satisfactin</i> terhadap <i>Behavior</i> <i>Intention</i>	52
4.3.2.4 Uji Linieritas	52
4.3.3 Uji Regresi Berganda.....	54
4.3.4 Uji Linier Sederhana.....	55
4.3.5 Koefisien Determinasi	57
4.3.5.1 <i>Service Quality, Food Quality, dan Perceive Value</i> terhadap <i>Customer</i> <i>Satisfaction</i>	57
4.3.5.2 <i>Customer Satisfactin</i> terhadap <i>Behavior Intention</i>	57
4.3.5.3 Koefisien korelasi sederhana	58
4.3.6 Uji Hipotesis	58
4.3.6.1 Uji F.....	58
4.3.6.2 Uji T.....	59
4.3.6.2.1 <i>Service Quality, Food Quality, dan Perceive Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	59

4.3.6.2.2 <i>Customer Satisfactin terhadap Behavior Intention</i>	60
4.4 Pembahasan	61
BAB 5 KESIMPULAN	65
5.1 Simpulan.....	65
5.2 Implikasi	67
5.2.1 Implikasi Teoritis	67
5.2.2 Implikasi Praktisi	68
5.3 Rekomendasi	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian	26
Gambar 2.2 Bagan Alur Berpikir	27
Gambar 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	41
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	42
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Mengonsumsi Sour Sally	42
Gambar 4.4 Uji Normalitas	49
Gambar 4.5 Uji Normalitas <i>Behavior Intention</i>	50
Gambar 4.6 Uji Heteroskedastisitas <i>Customer satisfaction</i>	51
Gambar 4.7 Uji Heteroskedastisitas <i>Behavior Intention</i>	52

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	32
Tabel 3.2 Desain Inti kuisisioner	36
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	41
Tabel 4.3 Interval Nilai rata-rata.....	43
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap <i>Service Quality</i>	43
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap <i>Food Quality</i>	44
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap <i>Perceive Value</i>	45
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	46
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap <i>Behavior Intention</i>	46
Tabel 4.9 Reliabilitas	47
Tabel 4.10 Uji Validitas	48
Tabel 4.11 Uji Multikol	50
Tabel 4.12 Uji Linieritas <i>Service Quality</i>	52
Tabel 4.13 Uji Linieritas <i>Food Quality</i>	53
Tabel 4.14 Uji Linieritas <i>Perceive Value</i>	53
Tabel 4.15 Uji Linieritas <i>Behavior Intention</i>	54
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Berganda.....	55
Tabel 4.17 Hasil Uji Linier Sederhana.....	56
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi x	57
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi y	57
Tabel 4.20 Uji F	59
Tabel 4.21 Uji T <i>Service Quality, Perceive Value, Food Quality</i>	59
Tabel 4.22 Uji T <i>Customer Satisfaction</i>	60

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A.....	A-1
LAMPIRAN B.....	B-1
LAMPIRAN C.....	C-1