

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Bapa yang di Surga atas anugerah-Nya sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.

Tugas Akhir dengan judul “Pengaruh *Product Quality* dan *Service Quality* dalam *Car Refinish Colour Matching* terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* pada Toko Cat Mobil Agung Makmur di Surabaya” ini ditujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Magister Manajemen di Universitas Pelita Harapan Surabaya.

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini tidak akan dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Louie A. Divinagracia, M.Sc, MBA, selaku Dekan Fakultas dan Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.
2. Ibu Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP) dan Bapak Dr. M. Alkirom Wildan, S.E.,M.Si, selaku dosen pembimbing yang memberikan arahan dan bimbingan ke mana arah penelitian ini dilakukan.
3. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Manajemen konsentrasi International Hospitality Universitas Pelita Harapan Surabaya telah memberikan ilmunya selama masa perkuliahan.
4. Teman-teman Magister Manajemen Universitas Pelita Harapan batch 5, Fanny, Sally, Hanny, Ardi, Irene, Johan, Denny, dan kawan-kawan serta

Bapak Kristian selaku administrasi di Universitas Pelita Harapan Surabaya yang menjadi pendukung setia sejak semester pertama perkuliahan.

5. Orang tua tercinta dan saudara-saudara yang setia mendukung dan mendoakan supaya penulis dapat segera menyelesaikan studi.
6. dr. Stephanie Julia Kosasih, atas segala doa dan dukungannya dalam mengerjakan tugas akhir.
7. Semua pihak yang telah berjasa kepada penulis sedari awal hingga akhir perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.

Akhir kata, penulis menyadari keterbatasan yang ada sehingga kritik dan saran dari pembaca sangat bermanfaat bagi penulis. Semoga Tugas Akhir ini dapat menjadi berkat bagi setiap pembacanya.

Surabaya, 30 Juni 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR .....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR/TESIS .....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR .....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
1. PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
1.5. Lingkup Bahasan .....	8
1.6. Sistematika Penelitian .....	8
2. TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1. Landasan Teori .....	10
2.1.1. <i>Product Quality</i> .....	10
2.1.2. <i>Service Quality</i> .....	12
2.1.3. <i>Customer Satisfaction</i> .....	16
2.1.4. <i>Cusomer loyalty</i> .....	17
2.1.5. Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	19
2.1.6. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	20
2.1.7. Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	21
2.1.8. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	21
2.1.9. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	22
2.1.10. Pengaruh <i>Product Quality</i> terhdadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	23
2.1.11. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhdadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	23
2.2. Penelitian Terdahulu .....	24
2.3. Model Penelitian .....	26
3. METODE PENELITIAN .....	28
3.1. Desain Penelitian .....	28

3.2.	Indentifikasi Variabel Penelitian .....	28
3.3.	Definisi Operational Variabel Penelitian .....	28
3.3.1.	Product Quality ( $X_1$ ) .....	28
3.3.2.	Service Quality ( $X_1$ ) .....	31
3.3.3.	Customer Satisfaction ( $Y_1$ ) .....	33
3.3.4.	Customer Loyalty ( $Y_2$ ) .....	33
3.4.	Jenis dan Sumber Data .....	35
3.4.1.	Jenis Data .....	35
3.4.2.	Sumber Data .....	35
3.5.	Pengukuran Data .....	36
3.6.	Alat dan Metode Pengumpulan Data .....	36
3.7.	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	37
3.8.	Analisa Data .....	38
3.9.	Validitas dan Realibilitas .....	38
3.10.	Kausal Model atau Structural Equation Model .....	40
4.	HASIL DAN ANALISIS PEMBAHASAN .....	44
4.1	Deskripsi Responden .....	44
4.2	Statistik Deskripsi Variabel-Variabel Penelitian .....	45
1.	Deskripsi Variabel <i>Product Quality</i> .....	46
2.	Deskripsi Variabel <i>Tangible</i> .....	46
3.	Deskripsi Variabel <i>Reliability</i> .....	47
4.	Deskripsi Variabel <i>Responsiveness</i> .....	48
5.	Deskripsi Variabel <i>Empathy</i> .....	49
6.	Deskripsi Variabel <i>Assurance</i> .....	49
7.	Deskripsi Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	50
8.	Deskripsi Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	51
4.3	Uji Asumsi SEM .....	52
1.	Uji Validitas .....	52
2.	Uji Reliabilitas .....	61
3.	Uji Normalitas .....	65
4.	Uji Outlier .....	66
5.	Uji Singularitas .....	66
6.	Uji Multikolinearitas .....	67
4.4	Model Struktural Dan Analisis Persamaan Struktural .....	67
4.5	Analisis Kesesuaian Model (Goodness Of Fit) .....	69
4.6	Pengujian Hipotesis .....	71
4.7	Pembahasan .....	75
1.	<i>Product Quality Colour Matching</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada konsumen Toko Agung Makmur di Surabaya .....	75
2.	<i>Service Quality Colour Matching</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada konsumen Toko Agung Makmur di Surabaya .....	76
3.	<i>Product Quality Colour Matching</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Loyalty</i> pada konsumen Toko Agung Makmur di Surabaya .....	78
4.	<i>Service Quality Colour Matching</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada konsumen Toko Agung Makmur di Surabaya .....	79
5.	<i>Customer Satisfaction</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Loyalty</i> pada konsumen Toko Agung Makmur di Surabaya .....	80

6.	<i>Product Quality Colour Matching</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> pada konsumen Toko Agung Makmur di Surabaya .....	82
7.	<i>Service Quality Colour Matching</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> pada konsumen Toko Agung Makmur di Surabaya .....	84
5.	KESIMPULAN DAN SARAN .....	87
5.1	Kesimpulan .....	87
5.2	Saran .....	89
5.2.1	Saran Teoritis .....	89
5.2.2	Saran Praktis .....	90
	DAFTAR PUSTAKA .....	91
	LAMPIRAN 1 .....	94
	LAMPIRAN 2 .....	98
	LAMPIRAN 3 .....	102
	LAMPIRAN 4 .....	104
	LAMPIRAN 5 .....	106
	LAMPIRAN 6 .....	108
	LAMPIRAN 7 .....	110

## DAFTAR TABEL

4.11	Klasifikasi Responden .....	44
4.21	Interval Rata-Rata Skor .....	45
4.22	Statistik Deskripsi Variabel <i>Product Quality</i> .....	46
4.23	Statistik Deskripsi Variabel <i>Tangible</i> .....	47
4.24	Statistik Deskripsi <i>Reliability</i> .....	47
4.25	Statistik Deskripsi Variabel <i>Responsiveness</i> .....	48
4.26	Statistik Deskripsi Variabel <i>Empathy</i> .....	49
4.27	Statistik Deskripsi Variabel <i>Assurance</i> .....	50
4.28	Statistik Deskripsi Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	50
4.29	Statistik Deskripsi Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	51
4.31	Uji Reliabilitas Pada <i>Product Quality</i> .....	62
4.32	Uji Reliabilitas Pada <i>Service Quality</i> .....	62
4.33	Uji Reliabilitas Pada <i>Customer Satisfaction</i> .....	63
4.34	Uji Reliabilitas Pada <i>Customer Loyalty</i> .....	64
4.35	Uji Normalitas .....	65
4.51	Hasil Pengujian Model .....	70
4.61	Hasil Pengujian Koefisien Jalur Model .....	72
4.62	Pengaruh Tidak Langsung Variabel Penelitian .....	73
4.63	Pengaruh Total Variabel Penelitian .....	74

## DAFTAR GAMBAR

2.1	Model Penelitian .....	26
4.31	Uji Validitas <i>Product Quality</i> .....	53
4.32	Uji Validitas <i>Service Quality</i> .....	55
4.33	Uji Validitas <i>Customer Satisfaction</i> .....	57
4.34	Uji Validitas <i>Customer Loyalty</i> .....	59
4.51	Pengaruh <i>Product Quality, Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	69