

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang terus memberikan hikmat dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan guna mengejar studi yaitu Strata Satu Sarjana Ekonomi di Universitas Pelita Harapan Surabaya ini.

Penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahannya dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin sekali memberi 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 ditunjukkan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M sebagai executive director di Universitas Pelita Harapan Surabaya, serta sebagai pembimbing pertama yang telah membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Surabaya.
2. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M. selaku dosen pembimbing kedua dan pembimbing akademik yang telah mencurahkan begitu besar perhatian, tenaga, meluangkan waktu serta memberikan dorongan yang begitu tinggi dan besar kepada saya dari awal perkuliahan hingga penelitian tugas akhir ini dapat terselesaikan.
3. Para staff pengajar Program Magister Strata Dua Jurusan Manajemen Universitas Pelita Harapan Surabaya yang telah memberikan ilmu-ilmu melalui kegiatan belajar-mengajar dengan dasar pemikiran analitis dan pengetahuan yang lebih baik sehingga diharapkan berguna bagi penulis setelah lulus nanti.
4. Kedua orangtua Papa Decky Wagiu, Mama Selvie Enoch dan adik Louis Wagiu, serta serta seluruh keluarga besar yang senantiasa membawa dalam doa kelancaran kuliah hingga penelitian tugas akhir, tidak henti memberi dukungan, motivasi, dan senantiasa sabar mendengar semua keluhan dari awal perkuliahan S1 serta telah mengusahakan segala bantuan.
5. Teman – teman perkuliahan yang sama-sama berjuang S1 uph 19. Terutama Kireina Ngantung, Valeri Wijaya, Marsya Sigarlaki, Michelle Saluling, Anggi Rahmatya, Koko Mandiangan, Delano Dumais, Santus Seran, Delvian Tielung, Owen Sumangkut, Vito Hasyim, Vincenzo Massie, Richardo Wong, Philip Henock, Ezra Awuy, Yoel Takalamingan yang telah

bersama-sama menemani perjuangan studi yang susah senang bersama, saling mensupport dan menyemangati dalam menghadapi perkuliahan dari awal masuk hingga sampai saat ini. Terima kasih telah berjuang bersamaa!!

6. Special thanks untuk Nia & Exel yang sudah turut mengambil bagian dalam membantu selama masa perkuliahan, proposal hingga skripsi dan yang selalu membantu, mengingatkan untuk mencapai S1 dengan tepat waktu.

7. Sahabat-sahabat yang telah membantu dan menyemangati selama penyusunan skripsi, Lily, Melisa, Cika, Alvaro, Pablo, Lampus, Kia, Oot, Clement. Tempat keluh kesah dalam penulisan skripsi dan yang terus memberi dukungan agar terus semangat dalam penyusunan skripsi.

8. Gary yang telah menemani saat penulisan skripsi selalu memberikan semangat dalam penyelesaian penelitian ini.

9. semua dosen dan pembimbing Universitas Pelita Harapan

10. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini.

Manado, 13 Agustus 2022

Felicia Veronica Wagiu

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan Masalah	19
1.3 Rumusan Masalah	20
1.4 Tujuan Penelitian	21
1.5 Manfaat Penelitian	21
1.5.1 Manfaat Teoritis	21
1.5.2 Manfaat Praktis	22
1.6 Sistematika Penulisan	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	25
2.1 Landasan Teori	25
2.1.1 Service Quality	25
2.1.2 Tangibles	26
2.1.3 Reliability	28
2.1.4 Responsiveness	29
2.1.5 Assurance	31
2.1.6 Empathy	32
2.1.7 Store Atmosphere	33
2.1.8 Price Fairness	35
2.1.9 Satisfication	36
2.1.10 Loyalty	37
2.2 Penelitian Terdahulu	39
2.3 Pengembangan Hipotesis	41
2.3.1 Pengaruh Tangible terhadap Satisfication	41
2.3.2 Pengaruh Reliabilty terhadap Satisfication	42
2.3.3 Pengaruh Responsiveness terhadap Satisfication	43
2.3.4 Pengaruh Assurance terhadap Satisfication	44

2.3.5 Pengaruh Empathy terhadap Satisfication	45
2.3.6 Pengaruh Store Atmosphere terhadap Satisfication.....	46
2.3.7 Pengaruh Price Fairness terhadap Satisfication	47
2.3.8 Pengaruh Satisfication terhadap Loyalty	48
2.4 Model penelitian	49
2.5 Bagan Alur Berpikir.....	49
BAB III METODE PENELITIAN.....	53
3.1 Jenis Penelitian dan Jenis Data	53
3.1.1 Jenis Penelitian	53
3.1.2 Jenis Data	54
3.2 Populasi dan Sampel.....	55
3.2.1 Populasi.....	55
3.2.2 Sampel	55
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	57
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	61
3.5 Metode Penelitian	63
3.5.1 Pengolahan Data	63
3.5.2 Statistik Deskriptif	64
3.5.3 Structural Equation Model.....	64
3.5.4 Uji Reliabilitas	78
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	79
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	79
4.2 Deskripsi Data.....	81
4.2.1 Profil Responden.....	81
4.2.2 Analisis Variabel Penelitian.....	82
4.3 Pengujian Data	88
4.3.1 Uji Outlier	89
4.3.2 Hasil Uji Normalitas	89
4.3.3 Extracted variance.....	91
4.3.4 Construct reliability	91
4.4 Analisis Model Penelitian	92
4.4.1 Full Structural model	92
4.4.1.1 Confirmatory factor analysis	93
4.4.1.2 Structural model	97
4.4.2 Goodness of Fit Indeks	98
4.4.3 Pengujian Hipotesis	99
4.2 Pembahasan.....	102
4.2.1 Pembahasan Hasil Uji Hipotesis.....	102
4.2.2 Pembahasan Variabel Penelitian.....	105
4.2.2.1 Pembahasan Variabel Tangibles	107
4.2.2.2 Pembahasan Variabel Reliability	109
4.2.2.3 Pembahasan Variabel Responsiveness	110
4.2.2.4 Pembahasan Variabel Assurance	115
4.2.2.5 Pembahasan Variabel Empathy.....	118
4.2.2.6 Pembahasan Variabel Store atmosphere	121
4.2.2.7 Pembahasan Variabel Price fairness	123

4.2.2.8 Pembahasan Variabel Satisfaction	126
4.2.2.9 Pembahasan Variabel Loyalty	129
BAB V PENUTUP.....	132
5.1 Simpulan	132
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis.....	132
5.1.1.1 Pengaruh Tangibles Terhadap Satisfaction Pada Pelanggan Kopi Kenangan di Kawasan Megamas Manado (H1)	132
5.1.1.2 Pengaruh Reliability Terhadap Satisfaction Pada Pelanggan Kopi Kenangan di Kawasan Megamas Manado (H2)	132
5.1.1.3 Pengaruh Responsiveness Terhadap Satisfaction Pada Pelanggan Kopi Kenangan di Kawasan Megamas Manado (H3)	133
5.1.1.4 Pengaruh Assurance Terhadap Satisfaction Pada Pelanggan Kopi Kenangan di Kawasan Megamas Manado (H4)	133
5.1.1.5 Pengaruh Empathy Terhadap Satisfaction Pada Pelanggan Kopi Kenangan di Kawasan Megamas Manado (H5)	134
5.1.1.6 Pengaruh Store atmosphere Terhadap Satisfaction Pada Pelanggan Kopi Kenangan di Kawasan Megamas Manado (H6)	134
5.1.1.7 Pengaruh Price fairness Terhadap Satisfaction Pada Pelanggan Kopi Kenangan di Kawasan Megamas Manado (H7)	135
5.1.1.8 Pengaruh Satisfaction Terhadap Loyalty Pada Pelanggan Kopi Kenangan di Kawasan Megamas Manado (H8)	135
5.1.2 Simpulan Berdasarkan Rumusan Masalah	135
5.2 Implikasi	136
5.2.1 Implikasi Teoritis	136
5.2.2 Implikasi Manajerial	137
5.3 Rekomendasi.....	140
DAFTAR PUSTAKA	141

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konsumsi Kopi Nasional 2016 – 2021	3
Gambar 1.2 Logo Kopi Kenangan	9
Gambar 1.3 Kopi Kenangan di Kawasan Megamas Manado	10
Gambar 1.4 Banner Promo Kopi Kenangan di Kawasan Megamas Manado	11
Gambar 1.5 Pemberian Pelayanan Kopi Kenangan di Kawasan Megamas Manado	12
Gambar 1.6 Pemberian Pelayanan Kopi Kenangan di Kawasan Megamas Manado	13
Gambar 1.7 Perhatian terhadap pelanggan Kopi Kenangan di Kawasan Megamas Manado	14
Gambar 1.8 Suasana Kopi Kenangan di Kawasan Megamas Manado	15
Gambar 1.9 Menu di Kopi Kenangan	16
Gambar 1.10 Konsumen Kopi Kenangan di Kawasan Megamas Manado	17
Gambar 1.11 Keterlibatan Pelanggan Kopi Kenangan di Kawasan Megamas Manado	18
Gambar 2.1 Model Penelitian terdahulu	41
Gambar 2.2 Model Penelitian terdahulu	50
Gambar 2.3 Bagan Alur Berpikir	52
Gambar 4.1 Gerai Kopi Kenangan di Kawasan Megamas Manado	76
Gambar 4.2 Katalog Menu Kopi Kenangan	77
Gambar 4.3 Diagram Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
Gambar 4.4 Diagram Profil Responden Berdasarkan Usia	78
Gambar 4.3 Full Structural model	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 TOP Brand Index 2022	7
Tabel 1.2 Daftar Kedai Kopi di Indonesia	8
Tabel 3.1 Desain Inti Kuesioner.....	56
Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	59
Tabel 3.3 Interval Rata-Rata Variabel Penelitian	61
Tabel 3.4 Keterangan Indikator Konstruk.....	64
Tabel 3.5 Keterangan Hubungan Konstruk.....	67
Tabel 3.6 Hasil Konversi ke dalam persamaan Model Pengukuran Konstruk Eksogen dan Endogen.....	68
Tabel 3.7 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model (Goodness of Fit Index)	73
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	81
Tabel 4.2 Nilai Rata-Rata dan Standar Deviasi Variabel Bebas	83
Tabel 4.3 Nilai Rata-Rata dan Standar Deviasi Variabel Terikat	87
Tabel 4.4 <i>Output</i> Uji <i>Outlier</i>	89
Tabel 4.5 Uji Normalitas Data Penelitian	91
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Penelitian	91
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	92
Tabel 4.8 Model Pengukuran Variabel Penelitian	94
Tabel 4.9 Hubungan Kausalitas Variabel.....	96
Tabel 4.10 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model (Goodness of Fit Index)	99
Tabel 4.11 Pengujian Hipotesis Penelitian	99
Tabel 4.12 Evaluasi Kesenjangan Variabel <i>Tangibles</i>	103
Tabel 4.13 Evaluasi Kesenjangan Variabel <i>Reliability</i>	106
Tabel 4.14 Evaluasi Kesenjangan Variabel <i>Responsiveness</i>	107
Tabel 4.15 Evaluasi Kesenjangan Variabel <i>Assurance</i>	111
Tabel 4.16 Evaluasi Kesenjangan Variabel <i>Empathy</i>	114
Tabel 4.17 Evaluasi Kesenjangan Variabel <i>Store atmosphere</i>	117
Tabel 4.18 Evaluasi Kesenjangan Variabel <i>Price fairness</i>	120
Tabel 4.19 Evaluasi Kesenjangan Variabel <i>Satisfaction</i>	122
Tabel 4.20 Evaluasi Kesenjangan Variabel <i>Loyalty</i>	125
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis	131
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial	137

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Kuesioner	A-1
Lampiran B. Output Outlier	B-1
Lampiran C. Statistik Deskriptif	C-1
Lampiran D. Output Tkes AMOS	D-1
Lampiran E. Path Diagram.....	E-1
Lampiran F. Perhitungan Extracted Variance dan Construct Reliability.....	F-1
Lampiran G. Profil Responden	G-1
Lampiran H. Data isian Kuesioner	H-1

