

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang terus memberikan hikmat, kekuatan dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar studi Strata satu Sarjana Ekonomi di Universitas Pelita Harapan Kampus 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 pengarahan dari semua pihak untuk perbaikan studi kasus ini. Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya studi kasus ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M., CSMA., CDM., PMA selaku executive director dan dosen pembimbing pertama yang sangat banyak membantu dalam kehidupan perkuliahan saya, baik dalam memberi saran, waktu dan tenaga, kepada saya selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.

2. Ibu Dr. Amelia SE., RFP-I, M.M., CSMA. selaku dosen penguji yang telah menguji dengan teliti dan juga membimbing saya dalam perkuliahan sebagai Kaprodi.

3. Ibu Janice C. Siahaya, S.M., M.M., CSMA., selaku dosen pembimbing kedua yang turut memberikan masukan dan arahan dalam penyelesaian penelitian ini.

4. Saudari Carmel Kurniawan Santoso, selaku penyemangat dan membantu dalam memberikan motivasi untuk menyelesaikan penelitian ini

5. Orang tua, saudara, dan seluruh keluarga yang senantiasa mendoakan, memberikan semangat serta dukungan hingga penelitian ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.

6. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini. Penulis hanya mampu memberikan doa agar Tuhan Yesus Kristus berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekaligus. Semoga skripsi ini dapat menambah wawasan dan bermanfaat bagi para pembaca terutama pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama.

Surabaya. 19 Oktober 2022



Yonathan Christivanno

Daftar Isi

Halaman Judul	i
Pernyataan dan Persetujuan Unggah Tugas Akhir	ii
Persetujuan Dosen Pembimbing	iii
Kata Pengantar	iv
Abstrak	vi
Abstract	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar	xvii
Daftar Lampiran	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah	15
1.3 Rumusan Masalah	16
1.4 Tujuan Penelitian	17
1.5 Manfaat Penelitian	17
1.5.1 Manfaat Teoritis	18

1.5.2 Manfaat Praktis	18
1.6 Sistematika Penelitian.....	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	20
2.1 Landasan Teori	20
2.1.1 <i>Food Quality</i>	20
2.1.2 <i>Service Quality</i>	22
2.1.3 <i>Atmosphere</i>	23
2.1.4 <i>Location</i>	25
2.1.5 <i>Price</i>	26
2.1.6 <i>Variety</i>	28
2.1.7 <i>Customer Satisfaction</i>	29
2.1.8 <i>Brand Loyalty</i>	31
2.1.9 <i>CSR</i>	32
2.1.10 <i>Social Trust</i>	34
2.2 Penelitian Terdahulu.....	36
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	38
2.3.1 Pengaruh <i>Food Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	38
2.3.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	39

2.3.3 Pengaruh <i>Atmosphere</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	39
2.3.4 Pengaruh <i>Location</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	40
2.3.5 Pengaruh <i>Price</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	41
2.3.6 Pengaruh <i>Food Variety</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	42
2.3.7 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i>	42
2.4 Model Penelitian	44
2.5 Bagan Alur Berpikir	45
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1 Jenis Penelitian dan Jenis Data	47
3.2 Populasi dan Sampel	48
3.2.1 Populasi	48
3.2.2 Sampel	48
3.3 Metode Pengumpulan Data	50
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	54
3.5 Metode Analisis Data	55
3.5.1 Uji Reabilitas	57
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Gambaran Umum Restoran Pizza Hut Indonesia	59

4.2 Analisis Data	60
4.2.1 Statistik Deskriptif	60
4.2.1.1 Karakteristik Responden	60
4.2.1.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
4.2.1.3 Responden Berdasarkan Usia	62
4.2.1.4 Tanggapan Responden	64
4.2.2 Analisis Deskriptif Setiap Variabel.....	77
4.2.2.1 Penjelasan Responden terhadap <i>Food Quality</i>	77
4.2.2.2 Penjelasan Responden terhadap <i>Service Quality</i>	79
4.2.2.3 Penjelasan Responden terhadap <i>Atmosphere</i>	80
4.2.2.4 Penjelasan Responden terhadap <i>Location</i>	82
4.2.2.5 Penjelasan Responden terhadap <i>Price</i>	83
4.2.2.6 Penjelasan Responden terhadap <i>Variety</i>	84
4.2.2.7 Penjelasan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	86
4.2.2.8 Penjelasan Responden terhadap <i>Brand Loyalty</i>	87
4.2.3 Hasil Pengujian Kualitas Data	89
4.2.3.1 Evaluasi Normalitas Data.....	91
4.2.3.2 Evaluasi Outliers	92

4.2.3.2.1 Univariate Outliers	92
4.2.3.2.2 Multivariate Outliers	95
4.2.3.3 Evaluasi Multicollinearity dan Singularity Multikolinearitas	97
4.2.3.4 Analisis Faktor Konfirmatory (Confirmatory Factor Analysis)	97
4.2.3.4.1 Analisis Faktor Konfirmatory Eksogen	98
4.2.3.4.2 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen	100
4.2.3.5 Analisis Full Structural Equation Modeling	103
4.2.3 Hasil Uji Reliabilitas	107
4.2.4 Pengujian Hipotesis Penelitian	110
4.2.4.1 Pengujian Hipotesis 1	112
4.2.4.2 Pengujian Hipotesis 2.....	112
4.2.4.3 Pengujian Hipotesis 3.....	112
4.2.4.4 Pengujian Hipotesis 4.....	113
4.2.4.5 Pengujian Hipotesis 5.....	113
4.2.4.6 Pengujian Hipotesis 6.....	114
4.2.4.7 Pengujian Hipotesis 7.....	114
4.2.5 Analisis Besaran Pengaruh	115
4.3 Pembahasan Hasil	116

BAB V KESIMPULAN	136
5.1 Kesimpulan	136
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis	136
5.1.1.1 Pengaruh <i>Food Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	136
5.1.1.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	136
5.1.1.3 Pengaruh <i>Atmosphere</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	137
5.1.1.4 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	138
5.1.1.5 Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	138
5.1.1.6 Pengaruh <i>Variety</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	139
5.1.1.7 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	139
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian	140
5.2 Implikasi	141
5.2.1 Implikasi Teoritis	141
5.2.2 Implikasi Manajerial	144
5.3 Rekomendasi	151
Daftar Pustaka	154
Lampiran	A-1

Daftar Tabel

Tabel 3.1 Desain Inti Kuesioner.....	43
Tabel 3.2 Definisi Operasional.....	45
Tabel 3.3 Keterangan Indikator Konstruk.....	48
Tabel 3.4 Keterangan Hubungan Konstruk.....	50
Tabel 3.5 Hasil Konversi Kedalam Persamaan.....	51
Tabel 3.6 <i>Goodness of Fit Index</i>	56
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	61
Tabel 4.2 Usia Responden.....	63
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel	64
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap <i>Brand Loyalty</i>	65
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap <i>Food Quality</i>	67
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap <i>Service Quality</i>	69
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap Atmospere.....	70
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap <i>Location</i>	71
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap <i>Price</i>	73
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap <i>Variety</i>	74
Tabel 4.11 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	76

Tabel 4.12 Distribusi Jawaban variabel <i>Food Quality</i>	77
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban variabel <i>Service Quality</i>	79
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban variabel Atmospere.....	80
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban variabel <i>Location</i>	82
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban variabel <i>Price</i>	83
Tabel 4.17 Distribusi Jawaban variabel <i>Variety</i>	84
Tabel 4.18 Distribusi Jawaban variabel <i>Customer Satisfaction</i>	86
Tabel 4.19 Distribusi Jawaban variabel <i>Brand Loyalty</i>	87
Tabel 4.20 Goodness of Fit Index	90
Tabel 4.21 Univariate Outliers	92
Tabel 4.22 Descriptive Statistics.....	94
Tabel 4.23 Mahalonobis Distance.....	96
Tabel 4.24 Regresion Weights Exogenous Variable.....	99
Tabel 4.25 Regression Weights Endogenous Variable	102
Tabel 4.26 Index Pengujian Kelayakan.....	104
Tabel 4.27 Regression Weight Full SEM.....	104
Tabel 4.28 Construct Reliability semua Variabel	107
Tabel 4.29 Hasil Analisis Hipotesis	110

Tabel 4.30 Perbandingan Indikator <i>Atmosphere</i>	123
Tabel 4.31 Perbandingan Indikator <i>Location</i>	124
Tabel 4.32 Perbandingan Indikator <i>Price</i>	126
Tabel 4.33 Perbandingan Indikator <i>Variety</i>	127
Tabel 4.33 Perbandingan Indikator <i>Food Quality</i>	129
Tabel 4.34 Perbandingan Indikator <i>Service Quality</i>	130
Tabel 4.35 Perbandingan Indikator <i>Customer Satisfaction</i>	131
Tabel 4.36 Perbandingan Indikator <i>Brand Loyalty</i>	133
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis	141
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial	147

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Logo Pizza Hut.....	5
Gambar 1.2 Penilaian <i>Food Quality</i> Pizza Hut.....	7
Gambar 1.3 Penilaian <i>Service Quality</i> Pizza Hut.....	8
Gambar 1.4 <i>Atmosphere</i> Pizza Hut MERR.....	9
Gambar 1.5 Menu Pizza Hut.....	10
Gambar 1.6 Lokasi Pizza Hut MERR.....	11
Gambar 1.7 Menu Big Box Pizza Hut.....	11
Gambar 1.8 Review Keseluruhan Pizza Hut MERR.....	12
Gambar 1.9 Point Pizza Hut Apps.....	13
Gambar 1.10 Review Restoran Pizza Hut.....	14
Gambar 1.11 Program Restoran Pizza Hut.....	15
Gambar 2.1 Penelitian Terdahulu.....	37
Gambar 2.2 Model Penelitian.....	44
Gambar 3.1 Diagram Alur Kerangka Pemikiran Teoritis.....	57
Gambar 4.1 Confirmatory Analysis Eksogenous Variabel.....	98
Gambar 4.2 Confirmatory Analysis Endogenous Variabel.....	101
Gambar 4.3 Analisis Full SEM.....	103

Daftar Lampiran

Lampiran A	A-1
Lampiran B.....	B-1
Lampiran C.....	C-1
Lampiran D	D-1
Lampiran E.....	E-1

