

## **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. Saudara Yonathan Christivanno, 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



Carmel Kurniawan Santoso

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Judul</b> .....	<b>i</b>
<b>Pernyataan dan Persetujuan Unggah Tugas Akhir</b> .....	<b>ii</b>
<b>Persetujuan Pembimbing</b> .....	<b>iii</b>
<b>Kata Pengantar</b> .....	<b>iv</b>
<b>Abstrak</b> .....	<b>vi</b>
<i>Abstract</i> .....	<b>vii</b>
<b>Daftar Isi</b> .....	<b>ix</b>
<b>Daftar Tabel</b> .....	<b>xv</b>
<b>Daftar Gambar</b> .....	<b>xvii</b>
<b>Daftar Lampiran</b> .....	<b>xviii</b>
<b>Bab I</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	14
1.3 Rumusan Masalah .....	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Manfaat Penelitian.....	16
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	16

1.5.2 Manfaat Praktis.....	16
1.6 Sistematika Penelitian .....	17
<b>Bab II.....</b>	<b>18</b>
2.1 Landasan Teori .....	18
2.1.1 <i>Loyalty</i> .....	18
2.1.2 Service Quality .....	20
2.1.3 Food Quality .....	21
2.1.4 Atmosphere.....	23
2.1.5 <i>Satisfaction</i> .....	25
2.1.6 <i>Trust</i> .....	27
2.2 Penelitian Terdahulu.....	29
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	31
2.3.1 Pengaruh Fast-food Service Quality terhadap Customer <i>Satisfaction</i> .....	31
2.3.2 Pengaruh Customer <i>Satisfaction</i> terhadap Customer <i>Loyalty</i> .....	32
2.3.3 Peran <i>Trust</i> Sebagai Variabel Mediasi .....	33
2.4 Model Penelitian.....	35
2.5 Bagan Alur Berpikir .....	36
<b>Bab III .....</b>	<b>37</b>

3.1 Jenis Penelitian dan Jenis Data.....	37
3.1.1 Jenis Penelitian .....	37
3.1.2 Jenis Data.....	38
3.2 Populasi dan Sampel.....	38
3.2.1 Populasi .....	38
3.2.2 Sampel .....	39
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	41
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	43
3.5 Metode Analisis Data .....	45
3.5.1 Uji Validitas dan Realiabilitas .....	58
<b>Bab IV .....</b>	<b>61</b>
4.1 Gambaran umum restoran KFC di Indonesia.....	62
4.2 Analisis Data .....	62
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	62
4.2.1.1 Karakteristik Responden.....	62
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	63
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia .....	64
4.2.1.4 Tanggapan Responden.....	66

4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel .....	77
4.2.2.1 Penjelasan Responden terhadap Service Quality .....	77
4.2.2.2 Penjelasan Responden terhadap Food Quality .....	79
4.2.2.3 Penjelasan Responden terhadap Atmosphere .....	82
4.2.2.4 Penjelasan Responden terhadap <i>Satisfaction</i> .....	85
4.2.2.5 Penjelasan Responden terhadap <i>Trust</i> .....	86
4.2.2.6 Penjelasan Responden terhadap <i>Loyalty</i> .....	88
4.2.3 Hasil Pengujian Kualitas Data .....	90
4.2.3.1 Uji Normalitas Data.....	93
4.2.3.2 Evaluasi Outliers.....	94
4.2.3.2.1 Univariate Outliers.....	94
4.2.3.2.2 Multivariate Outliers.....	96
4.2.3.3 Evaluasi Multicollinearty dan Singularity .....	97
4.2.3.4 Analisis Faktor Konfirmatori (Confirmatory Factor Analysis) .....	98
4.2.3.4.1 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen (Independent) .....	98
4.2.3.4.2 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen.....	100
4.2.3.5 Analisis Full Structural Equation Modeling .....	102
4.2.4 Uji Reliability .....	106

4.2.5 Hasil Pengujian Hipotesis.....	108
4.2.5.1 Pengujian Hipotesis 1 (H1) .....	109
4.2.5.2 Pengujian Hipotesis 2 (H2) .....	110
4.2.5.3 Pengujian Hipotesis 3 (H3) .....	111
4.2.5.4 Pengujian Hipotesis 4 (H4) .....	112
4.3 Pembahasan .....	112
4.3.2 Analisis Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik .....	118
4.3.2.1 Indikator Service Quality.....	118
4.3.2.2 Indikator Food Quality .....	120
4.3.2.3 Indikator Atmosphere .....	123
4.3.2.4 Indikator <i>Satisfaction</i> .....	126
4.3.2.5 Indikator <i>Trust</i> .....	127
4.3.2.6 Indikator <i>Loyalty</i> .....	129
<b>Bab V</b> .....	<b>132</b>
5.1 Ringkasan .....	133
5.2 Kesimpulan .....	133
5.2.1 Kesimpulan Atas Hipotesis .....	134
5.2.1.1 Pengaruh <i>Fastfood Service Quality</i> terhadap <i>Satisfaction</i> .....	134

5.2.1.2 Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Loyalty</i> .....	135
5.2.1.3 Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Trust</i> .....	136
5.2.1.4 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Loyalty</i> .....	136
5.2.2 Kesimpulan Atas Masalah Penelitian .....	136
5.3 Implikasi .....	137
5.3.1 Implikasi Teoritis .....	137
5.3.2 Implikasi Manajerial .....	140
5.4 Rekomendasi .....	143
<b>Daftar Pustaka</b> .....	<b>61</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Lokasi KFC di Surabaya.....	5
Tabel 1.2 <i>Top Brand Index</i> .....	12
Tabel 3.1 <i>Likert Scale</i> .....	42
Tabel 3.2 Desain Inti Kuesioner.....	42
Tabel 3.3 Definisi Operasional .....	44
Tabel 3.4 Keterangan Indikator Konstruk.....	49
Tabel 3.5 Keterangan Hubungan Konstruk.....	50
Tabel 3.6 Hasil Konsversi Kedalam Persamaan .....	51
Tabel 3.7 <i>Goodness of Fit Index</i> .....	56
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden .....	63
Tabel 4.2 Karakteristik Usia Responden.....	65
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel .....	66
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap Service Quality .....	67
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap Food Quality .....	69
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap Atmosphere .....	71
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap <i>Satisfaction</i> .....	73
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap <i>Trust</i> .....	74
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap <i>Loyalty</i> .....	76
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Service Quality.....	78
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Food Quality.....	79
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Atmosphere .....	82

Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Satisfaction</i> .....	85
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Trust</i> .....	87
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Loyalty</i> .....	88
Tabel 4.16 Goodness of Fit Index .....	91
Tabel 4.17 Normalitas Data .....	93
Tabel 4.18 Statistik Deskriptif Z-score .....	95
Tabel 4.19 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading.....	99
Tabel 4.20 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading Customer <i>Satisfaction</i> , Customer <i>Loyalty</i> .....	101
Tabel 4.21 Indeks Pengujian Kelayakan (Base Model) .....	103
Tabel 4.22 Uji bobot factor dan nilai factor loading (Full SEM) .....	104
Tabel 4.23 Hasil Uji Reliabilitas Konstruk.....	106
Tabel 4.24 Hasil Uji Hipotesis .....	108
Tabel 4.25 Perbandingan Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik SQ .....	118
Tabel 4.26 Perbandingan Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik FQ .....	120
Tabel 4.27 Perbandingan Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik ATM.....	123
Tabel 4.28 Perbandingan Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik SAT .....	126
Tabel 4.29 Perbandingan Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik TRU .....	128
Tabel 4.30 Perbandingan Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik LOY .....	129
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis .....	138
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial .....	140

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo KFC.....	4
Gambar 1.2 Menu KFC.....	8
Gambar 1.3 Review Traveloka .....	8
Gambar 1.4 Atmosphere KFC .....	9
Gambar 1.5 Rating KFC .....	10
Gambar 1.6 KFC Meraih Top Brand Award .....	11
Gambar 2.1 Model Penelitian .....	30
Gambar 2.2 Model Penelitian .....	35
Gambar 3.1 Diagram Alur Kerangka Pemikiran Teoritis .....	48
Gambar 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden .....	64
Gambar 4.2 Karakteristik Usia Responden.....	65
Gambar 4.3 Uji Variabel Service Quality, Food Quality dan Atmosphere .....	98
Gambar 4.4 Uji Variabel <i>Satisfaction</i> , <i>Trust</i> dan <i>Loyalty</i> .....	100
Gambar 4.5 struktur keseluruhan equation model (Base Model) .....	102

## DAFTAR LAMPIRAN

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

