

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama saya selaku penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan hikmat dan kesehatan dalam menyelesaikan tugas akhir sebagai persyaratan akademik untuk mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Manajemen di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya. Penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran serta segala bentuk pengarahan dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya penelitian 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 Associate Dean serta pembimbing akademik yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya

2. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I, M.M., CSMA, CDM, selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah membantu dan membimbing saya selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.

3. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I, M.M., CSMA, CDM, selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu, membimbing, memberi perhatian, tenaga, serta

memberikan dorongan kepada saya dari awal perkuliahan hingga selama proses pengerjaan penelitian ini dari awal hingga selesai.

4. Bapak Dr. Ronald S.T., M. M., CSMA, CDM, PMA, selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu, membimbing, dan memberikan masukan-masukan, serta perhatian sehingga saya dapat menyelesaikan perkuliahan dan proses penelitian ini.

5. Bapak Dr. Yanuar Dananjaya, B.Sc, M.M., selaku dosen penguji pertama yang turut memberikan masukan dan arahan kepada penulis dalam proses penyelesaian penelitian ini.

6. Ibu Janice Carysa Siahaya S.M., M.M., CSMA., selaku dosen penguji kedua yang turut membantu saya dalam memberi masukan untuk penelitian ini.

7. Keluarga saya, Oma, Opa, Mama, dan Papa yang senantiasa mendoakan, memberikan dukungan yang luar biasa baik secara tenaga dan waktu, dan membantu dalam hal finansial sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.

8. Kakak saya, Seisy E. Palit yang telah mendukung, menyemangati, serta memberikan saran dalam mengerjakan penelitian ini.

9. Sahabat-sahabat kuliah saya, Ellsa, Ester, dan Febyola, yang telah mendukung dalam banyak hal selama saya mengerjakan penelitian ini dan selama saya berkuliah di Universitas Pelita Harapan Surabaya.

10. Sahabat-sahabat saya, Joshua, Florell, Christin, Abygaiel, dan Veren, yang senantiasa menyemangati dan mendukung saya dalam berbagai hal, khususnya selama proses pengerjaan penelitian ini.

11. Sahabat-sahabat saya, Juan Tombeng dan Ezra Sunarko yang telah menyemangati dan mendukung saya dalam berbagai hal, khususnya selama proses pengerjaan penelitian ini.

12. Keluarga Badan Eksekutif Mahasiswa atau BEM yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman baru serta senantiasa menyemangati dan mengambil bagian dalam perjalanan yang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya, terutama yang sudah membantu dan memberikan dukungan dalam penelitian ini.

13. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu per satu yang telah membantu penulis menyelesaikan penelitian ini.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan, semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua dukungan, kebaikan, dan semangat dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekaligus. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat terutama untuk diri pribadi serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 13 November 2022



(Kirey Elizabeth Palit)

## ABSTRAK

Kirey E. Palit (02011190047)

### **ANALISIS PENGARUH *FUNCTIONALITY*, *ENJOYMENT*, *SECURITY*, *ASSURANCE*, *DESIGN*, *CONVENIENCE*, DAN *CUSTOMIZATION* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN PADA AKHIRNYA *CUSTOMER LOYALTY* PADA PELANGGAN MCDONALD'S DI SURABAYA**

(xv + 230 halaman: 16 gambar, 64 tabel, 4 lampiran)

Industri restoran cepat saji di Indonesia terus berkembang secara pesat. Maka dari itu, restoran-restoran cepat saji harus menciptakan suatu *competitive advantage* agar unggul di industri tersebut. Salah satu restoran cepat saji yang kerap menciptakan inovasi dan strategi unggul adalah McDonald's. Salah satu inovasi yang diciptakan adalah dengan menghadirkan *self-checkout service technology*.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari *functionality*, *enjoyment*, *security*, *assurance*, *design*, *convenience*, dan *customization*, terhadap *customer satisfaction* dan pada akhirnya *customer loyalty*. Manfaat dari penelitian ini adalah untuk menambah ilmu khususnya untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari *functionality*, *enjoyment*, *security*, *assurance*, *design*, *convenience*, dan *customization* sehingga bisa meningkatkan *customer satisfaction* dan pada akhirnya *customer loyalty*. Penelitian ini merupakan penelitian kausal, dengan menggunakan metode kuantitatif dibantu dengan program statistik SPSS 22.0. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner dengan teknik *snowball sampling* kepada 180 responden yang memiliki karakteristik responden 111 wanita dan responden 69 pria yang sebagian besar berumur 18-35 tahun, berdomisili di Surabaya, telah membeli makanan atau minuman dari McDonald's minimal 2 kali dalam 3 bulan terakhir, dan pernah menggunakan *self-checkout service technology* di McDonald's.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty*. Kemudian variabel yang berpengaruh positif signifikan terhadap *customer satisfaction* adalah *enjoyment*, *assurance*, dan *customization* serta yang tidak berpengaruh signifikan adalah *functionality*, *security*, *design*, dan *convenience*.

**Kata kunci:** *functionality*, *enjoyment*, *security*, *assurance*, *design*, *convenience*, *customization*, *customer satisfaction*, *customer loyalty*, *self-checkout service technology*.

## ABSTRACT

Kirey E. Palit (02011190047)

### **AN ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF FUNCTIONALITY, ENJOYMENT, SECURITY, ASSURANCE, DESIGN, CONVENIENCE, AND CUSTOMIZATION ON CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY AMONG MCDONALD'S CUSTOMERS IN SURABAYA**

(xv + 230 pages: 16 pictures, 64 tables, 4 attachments)

The fast-food restaurant industry in Indonesia continues to grow rapidly. Therefore, fast food restaurants must create a competitive advantage in order to excel in the industry. One fast-food restaurant that often creates innovations and superior strategies is McDonald's. One of the innovations created is by presenting self-checkout service technology.

The purpose of this study is to determine the effect of functionality, enjoyment, security, assurance, design, convenience, and customization on customer satisfaction and, ultimately, customer loyalty. The benefit of this research is to increase knowledge and to find out how much influence functionality, enjoyment, security, assurance, design, convenience, and customization have so that it can increase customer satisfaction and ultimately customer loyalty. This research is a causal research, using quantitative methods assisted by the statistical program SPSS 22.0. Data collection was carried out by distributing questionnaires with the snowball sampling technique to 180 respondents who had the characteristics of 111 female respondents and 69 male respondents who were mostly aged 18-35 years, domiciled in Surabaya, had purchased food or drinks from McDonald's at least twice in the last 3 months, and had once used self-checkout service technology at McDonald's.

The results showed that the variable of customer satisfaction has a significant effect on customer loyalty. Then the variables that have a significant positive effect on customer satisfaction are enjoyment, assurance, and customization, and those that do not have a significant effect are functionality, security, design, and convenience.

**Keywords: functionality, enjoyment, security, assurance, design, convenience, customization, customer satisfaction, customer loyalty, self-checkout service technology.**

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Batasan Masalah .....</b>	<b>15</b>
<b>1.3 Rumusan Masalah.....</b>	<b>16</b>
<b>1.4 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>16</b>
<b>1.5 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>17</b>
1.5.1. Manfaat Teoritis.....	18
1.5.2. Manfaat Praktis .....	18
<b>1.6. Sistematika Penulisan .....</b>	<b>19</b>
<b>BAB II.....</b>	<b>21</b>
<b>2.1 Landasan Teori.....</b>	<b>21</b>
2.1.1. <i>Customer Loyalty</i> .....	21
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i> .....	23
2.1.3 <i>SCS Service Quality</i> .....	25
2.1.4 <i>Functionality</i> .....	26
2.1.5 <i>Enjoyment</i> .....	27
2.1.6 <i>Security</i> .....	29
2.1.7 <i>Assurance</i> .....	30
2.1.8 <i>Design</i> .....	31
2.1.9 <i>Convenience</i> .....	33
2.1.10 <i>Customization</i> .....	34
<b>2.2. Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>35</b>
<b>2.3 Pengembangan Hipotesis.....</b>	<b>38</b>
2.3.1 Pengaruh <i>Functionality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	38
2.3.2 Pengaruh <i>Enjoyment</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	39
2.3.3 Pengaruh <i>Security</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	39
2.3.4 Pengaruh <i>Assurance</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	40
2.3.5 Pengaruh <i>Design</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	41
2.3.6 Pengaruh <i>Convenience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	42



2.3.7 Pengaruh <i>Customization</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	42
2.3.8 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	43
<b>2.4 Model Penelitian .....</b>	<b>44</b>
<b>2.5 Bagan Alur Berpikir .....</b>	<b>45</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>48</b>
<b>3.1 Jenis Penelitian dan Jenis data .....</b>	<b>48</b>
3.1.1 Jenis Penelitian.....	48
3.1.2 Jenis Data.....	50
3.1.3 Sumber Data.....	50
<b>3.2. Populasi dan Sampel .....</b>	<b>51</b>
3.2.1 Populasi.....	51
3.2.2. Sampel.....	52
<b>3.3 Metode Pengumpulan Data .....</b>	<b>54</b>
<b>3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....</b>	<b>57</b>
<b>3.5. Metode Analisis Data .....</b>	<b>59</b>
3.5.1 Pengolahan Data .....	59
3.5.2 Pengujian Hipotesis .....	60
<b>BAB IV.....</b>	<b>70</b>
<b>4.1     Gambaran Umum McDonald's .....</b>	<b>70</b>
<b>4.2     Analisis Data .....</b>	<b>71</b>
4.2.1     Statistik Deskriptif.....	71
4.2.2     Analisis Deskriptif Variabel .....	86
4.2.3     Uji Validitas.....	100
4.2.4     Uji Reabilitas .....	102
4.2.5     Pengujian Asumsi Klasik Regresi .....	104
<b>4.3     Metode Analisis Statistika .....</b>	<b>109</b>
4.3.1     Analisis Regresi.....	109
4.3.2     Analisis Koefisien Regresi Sederhana.....	114
4.3.3     Analisis Koefisien Regresi Berganda.....	114
4.3.4     Analisis Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	114
<b>4.4     Metode Pengujian Hipotesis.....</b>	<b>115</b>
4.4.1     Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	115
4.4.2     Uji Signifikansi Parsial (Uji T).....	116
<b>4.5     Pembahasan .....</b>	<b>119</b>
<b>BAB V.....</b>	<b>149</b>
<b>5.1     Kesimpulan .....</b>	<b>149</b>
5.1.1     Simpulan Atas Hipotesis .....	149
5.1.2     Simpulan Atas Masalah Penelitian .....	156
<b>5.2     Implikasi.....</b>	<b>158</b>
5.2.1     Implikasi Teoritis.....	158
5.2.2     Implikasi Manajerial.....	159
<b>5.3     Rekomendasi.....</b>	<b>171</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>172</b>

<b>LAMPIRAN A: KUESIONER.....</b>	<b>177</b>
<b>LAMPIRAN B: TABULASI.....</b>	<b>180</b>
<b>LAMPIRAN C: HASIL PENGOLAHAN DATA.....</b>	<b>194</b>
<b>LAMPIRAN D: BUKTI TURNITIN.....</b>	<b>216</b>





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Persentase kunjungan masyarakat ke berbagai tipe restoran .....	1
Gambar 1. 2 McDonald's Indonesia .....	3
Gambar 1. 3 SSC di McDonald's Indonesia.....	6
Gambar 1. 4 Merek restoran makanan cepat saji terbaik di Indonesia tahun 2021	8
Gambar 1. 5 Tampilan Self-checkout Service McDonald's .....	12
Gambar 1. 6 Opsi Customize pada SCS McDonald's .....	14
Gambar 2. 1 Hasil penelitian jurnal utama.....	37
Gambar 2. 2 Model Penelitian .....	44
Gambar 4. 1 Self-Checkout Service (SCS) McDonald's .....	70
Gambar 4. 2 Diagram Pie Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	73
Gambar 4. 3 Diagram Pie Responden Berdasarkan Usia.....	74
Gambar 4. 4 P-Plot Uji Normalitas Customer Satisfaction .....	104
Gambar 4. 5 P-Plot Uji Normalitas Customer Loyalty .....	105
Gambar 4. 6 Scatterplot Uji Heterokedastisitas Customer Satisfaction.....	106
Gambar 4. 7 Scatterplot Uji Heterokedastisitas Customer Loyalty .....	106
Gambar 4. 8 Hasil Penelitian .....	119

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tabel Persaingan Outlet Fast Food dengan SCS di Surabaya Tahun 2022.....	8
Tabel 3. 1 Desain Inti Kuesioner.....	55
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	57
Tabel 3. 3 Rules of Thumb Mengenai Ukuran Koefisien Korelasi.....	68
Tabel 4. 1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	72
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	73
Tabel 4. 3 Derajat Penilaian Setiap Variabel .....	75
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden terhadap Functionality .....	75
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Enjoyment .....	76
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Security .....	78
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden terhadap Assurance.....	79
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden terhadap Design .....	80
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden terhadap Convenience .....	81
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden terhadap Customization .....	82
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden terhadap Customer Satisfaction .....	83
Tabel 4. 12 Tanggapan Responden terhadap Customer Loyalty .....	85
Tabel 4. 13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Functionality .....	86
Tabel 4. 14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Enjoyment .....	88
Tabel 4. 15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Security .....	89
Tabel 4. 16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Assurance .....	91
Tabel 4. 17 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Design .....	92
Tabel 4. 18 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Convenience .....	94
Tabel 4. 19 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Customization ....	95
Tabel 4. 20 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Customer Satisfaction.....	97
Tabel 4. 21 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Customer Loyalty	98
Tabel 4. 22 Hasil Uji Validitas Variabel Functionality.....	100
Tabel 4. 23 Hasil Uji Validitas Variabel Enjoyment .....	100
Tabel 4. 24 Hasil Uji Validitas Variabel Security.....	100
Tabel 4. 25 Hasil Uji Validitas Variabel Assurance .....	100
Tabel 4. 26 Hasil Uji Validitas Variabel Design.....	101
Tabel 4. 27 Hasil Uji Validitas Variabel Convenience .....	101
Tabel 4. 28 Hasil Uji Validitas Variabel Customization.....	101
Tabel 4. 29 Hasil Uji Validitas Variabel Customer Satisfaction .....	101
Tabel 4. 30 Hasil Uji Validitas Variabel Customer Loyalty .....	102
Tabel 4. 31 Hasil Uji Reliabilitas Functionality .....	102
Tabel 4. 32 Hasil Uji Reliabilitas Enjoyment .....	102
Tabel 4. 33 Hasil Uji Reabilitas Security .....	102
Tabel 4. 34 Hasil Uji Reabilitas Assurance .....	102
Tabel 4. 35 Hasil Uji Reabilitas Design.....	103
Tabel 4. 36 Hasil Uji Reabilitas Convenience .....	103

Tabel 4. 37 Hasil Uji Reabilitas Customization.....	103
Tabel 4. 38 Hasil Uji Reabilitas Customer Satisfaction.....	103
Tabel 4. 39 Hasil Uji Reabilitas Customer Loyalty .....	103
Tabel 4. 40 Uji Kolmogorov Smirnov (K-S) .....	104
Tabel 4. 41 Uji Spearman's F,E,S,A,D,CO,CU*CS.....	107
Tabel 4. 42 Uji Spearman's CS*CL .....	107
Tabel 4. 43 Nilai Tolerance dan VIF .....	108
Tabel 4. 44 Hasil Uji Linearitas .....	109
Tabel 4. 45 Hasil Uji Regresi Sederhana (CS*CL).....	110
Tabel 4. 46 Hasil Uji Regresi Berganda (F, E, S, A, D, CO, CU*CS) .....	111
Tabel 4. 47 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 ( $R_2$ ) .....	115
Tabel 4. 48 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 2 ( $R_2$ ) .....	115
Tabel 4. 49 Hasil Uji F.....	116
Tabel 4. 50 Hasil Uji T.....	117
Tabel 4. 51 Indikator Variabel Customization .....	134
Tabel 4. 52 Indikator Variabel Assurance.....	136
Tabel 4. 53 Indikator Variabel Enjoyment.....	137
Tabel 4. 54 Indikator Variabel Security .....	138
Tabel 4. 55 Indikator Variabel Functionality .....	140
Tabel 4. 56 Indikator Variabel Design .....	142
Tabel 4. 57 Indikator Variabel Convenience .....	144
Tabel 4. 58 Indikator Variabel Customer Satisfaction.....	145
Tabel 4. 59 Indikator Variabel Customer Loyalty .....	147
Tabel 5. 1 Implikasi Teoritis .....	158