

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan hikmat, rahmat, kebijaksanaan dan kesehatan dalam menyelesaikan tugas akhir sebagai persyaratan akademik untuk memperoleh gelar studi Strata Satu Sarjana Manajemen di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya. Pada penelitian ini, penulis meyakini bahwa seluruh pengungkapan, penyajian dan penggunaan kata-kata dan bahasa masih sangat jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahannya dari seluruh pihak untuk perbaikan pada 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 :

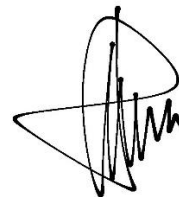
- 1) Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M., CSMA, CDM, PMA, selaku *Executive Director* dan *Associate Dean* yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan saya selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.
- 2) Ibu Dr. Amelia, S.E., RFP-I, M.M., CSMA, CDM, selaku kepala program studi manajemen yang membantu banyak hal dalam

kehidupan perkuliahan saya selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.

- 3) Ibu Dr. Oliandes Sondakh S.E., M.M, selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan seluruh perhatian, waktu, dan tenaga serta kesabaran yang tidak ternilai, serta memberikan dorongan semangat yang mendukung dan memberikan kritik saran yang membangun kepada saya sedari awal hingga penelitian ini dapat terselesaikan.
- 4) Bapak Dr. Yanuar Dananjaya B.Sc., M.M.,selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu, membimbing, memberikan saran dan pengertian, tenaga serta semangat yang tidak pernah berhenti sedari awal hingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
- 5) Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M., CSMA, CDM, PMA selaku dosen pembimbing akademik sedari awal masuk kuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya, yang sangat supportif membantu dan meningkatkan serta mengajarkan berbagai hal dari awal hingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
- 6) Ibu Dr. Amelia, S.E., RFP-I, M.M., CSMA, CDM, selaku dosen penguji pertama yang turut memberikan berbagai masukan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
- 7) Ibu selaku dosen penguji kedua yang turut memberikan berbagai masukan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

- 8) Keluarga saya yang senantiasa mendoakan, memberikan dukungan baik secara tenaga dan waktu serta memberikan semangat yang luar biasa dalam menyelesaikan penelitian ini.
- 9) Santus, Kirei, CH, Dharma, Met, Dela, Owen, Koko dan rumpun keluarga E11 yang juga turut menjadi salah satu *support system* yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam penelitian ini.
- 10) Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara/I, dan teman-teman sekalian..

Surabaya, 19 Oktober 2022



(Albert Surya Tanuwijaya)

DAFTAR ISI

TUGAS AKHIR	1
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	1
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	Error! Bookmark not defined.
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan Masalah	9
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.5.1 Manfaat Teoritis	11
1.5.2 Manfaat Praktis	12
1.6 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Service Quality	14
2.1.2 Social Enjoyment	15

2.1.3	Cleaness.....	16
2.1.4	Aesthetic.....	17
2.1.5	Cost.....	18
2.1.6	Customer Satisfaction	20
2.1.7	Customer Loyalty.....	22
2.2	Penelitian Terdahulu.....	23
2.3	Pengembangan Hipotesis	25
2.3.1	Pengaruh Service Quality terhadap Customer Satisfaction	25
2.3.2	Pengaruh Social Enjoyment terhadap Customer Satisfaction	26
2.3.3	Pengaruh Cleaness terhadap Customer Satisfaction	26
2.3.4	Pengaruh Aesthetics terhadap Customer Satisfaction.....	27
2.3.5	Pengaruh Cost terhadap Customer Satisfaction	27
2.3.6	Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty	28
2.4	Model Penelitian.....	29
2.5	Bagan Alur Berpikir	30
BAB III.....		32
METODE PENELITIAN		32
3.1	Jenis Penelitian	32
3.2	Populasi dan Sampel	33
3.2.1	Populasi.....	33
3.2.2	Sampel.....	33
3.3	Metode Pengumpulan Data	35
3.3.1	Jenis dan Sumber Data	35
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	37
3.4.1	Definisi Operasional.....	37
3.4.2	Pengukuran Variabel.....	39
3.5	Metode Analisis Data.....	40
BAB IV		51
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		51
4.1	Gambaran Umum Bakmi GM	51

4.2	Analisis Data	52
4.2.1	Statistik Deskriptif	52
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel.....	64
4.2.3	Uji Validitas	73
4.2.4	Uji Reliabilitas	75
4.2.5	Pengujian Asumsi Klasik Regresi.....	76
4.3	Metode Analisis Statistika.....	83
4.3.1	Analisis Regresi	83
4.3.2	Analisis Koefisien Regresi Sederhana	87
4.3.3	Analisis Koefisien Regresi Berganda.....	87
4.3.4	Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	87
4.4	Metode Pengujian Hipotesis.....	88
4.4.1	Uji Signifikasi Simultan (Uji F).....	88
4.4.2	Uji Signifikasi Parsial (Uji T)	89
4.5	Pembahasan	92
BAB V	110
KONKLUSI, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	110
5.1	Simpulan.....	110
5.1.1	Simpulan Atas Hipotesis	111
5.1.2	Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	115
5.2	Implikasi	116
5.1.1	Implikasi Teoritis	116
5.1.2	Implikasi Manajerial	117
5.3	Rekomendasi	121
DAFTAR PUSTAKA	122

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Gambar Bakmi GM.....	3
Gambar 1. 2 Top Brand Award Bakmi GM.....	4
Gambar 1. 3 Best Fast Food Restaurant Bakmi GM.....	5
Gambar 1. 4 Bukti raiting Bakmi GM di Gofood	6
Gambar 1. 5 Kualitas Pelayanan Bakmi GM	6
Gambar 1. 6 Social Enjoyment	7
Gambar 1. 7 Kebersihan Lingkungan di Outlet Bakmi GM	8
Gambar 1. 8 Keindahan Outlet Bakmi GM dalam segi dekorasi.....	8
Gambar 1. 9 Menu Harga dan Promo Bakmi GM	9
Gambar 2. 1 Model Penelitian Terdahulu	25
Gambar 2. 2 Model Penelitian	29
Gambar 2. 3 Bagan Alur Berpikir	31
Gambar 4. 1 Logo Bakmi GM Tunjungan Plaza Surabaya	51
Gambar 4. 2 Diagram Pie Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Gambar 4. 3 Diagram Pie Responden Berdasarkan Usia.....	54
Gambar 4. 4 P-Plot Uji Normalitas Customer Satisfaction	77
Gambar 4. 5 Uji Normalitas Customer Loyalty	78
Gambar 4. 6 Scatterplot Uji Heterokedastisitas Customer Satisfaction.....	79
Gambar 4. 7 Scatterplot Uji Heterokedastisitas Customer Loyalty	80
Gambar 4. 8 Hasil Penelitian	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Bakmi GM dan Bakmi Naga.....	3
Tabel 3. 1 Likert Scale Point.....	37
Tabel 3. 2 Operasional Variabel	39
Tabel 3. 3 Rules of Thumb Koefisien Korelasi	48
Tabel 4. 1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4. 3 Derajat Penelitian Setiap Variabel	55
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Service Quality	56
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Social Enjoyment	57
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Cleannes	58
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Aesthetics	60
Tabel 4. 8 Tanggapan Respondden Terhadap Cost.....	61
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Terhadap Satisfaction	62
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Terhadap Loyalty	63
Tabel 4. 11 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Service Quality .	64
Tabel 4. 12 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Social Enjoyment	66
Tabel 4. 13 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Cleanness	67
Tabel 4. 14 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Aesthetics.....	68
Tabel 4. 15 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Cost	69
Tabel 4. 16 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Customer Satisfaction.....	71
Tabel 4. 17 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Customer Loyalty	72
Tabel 4. 18 Hasil Uji Validitas Service Quality.....	73
Tabel 4. 19 Hasil Uji Validitas Social Enjoyment	73
Tabel 4. 20 Hasil Uji Validitas Cleanness	74
Tabel 4. 21 Hasil Uji Validitas Aesthetics	74
Tabel 4. 22 Hasil Uji Validitas Cost	74
Tabel 4. 23 Hasil Uji Validitas Customer Satisfaction	74
Tabel 4. 24 Hasil Uji Validitas Customer Loyalty.....	74
Tabel 4. 25 Hasil Uji Reliabilitas Service Quality	75
Tabel 4. 26 Hasil Uji Reliabilitas Social Enjoyment	75
Tabel 4. 27 Hasil Uji Reliabilitas Cleanness.....	75
Tabel 4. 28 Hasil Uji Reliabilitas Aesthetics	75
Tabel 4. 29 Hasil Uji Reliabilitas Cost.....	75
Tabel 4. 30 Hasil Uji Reliabilitas Customer Satisfaction	75

Tabel 4. 31 Hasil Uji Reliabilitas Customer Loyalty	75
Tabel 4. 32 Uji Kolmogrov Smirnov (K-S)	76
Tabel 4. 33 Uji Spearman's SQ, SE, CS, A, C*CS	80
Tabel 4. 34 Uji Spearman's CS	81
Tabel 4. 35 Nilai Tolerance dan VIF	81
Tabel 4. 36 Hasil Uji Linearitas	82
Tabel 4. 37 Hasil Uji Regresi Sederhana (CS*CL).....	83
Tabel 4. 38 Hasil Uji Regresi Berganda (SQ, SE, C, A, C).....	84
Tabel 4. 39 Hasil Uji Regresi Berganda (CS)	86
Tabel 4. 40 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 (R2).....	88
Tabel 4. 41 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi 2 (R2).....	88
Tabel 4. 42 Hasil Uji F.....	89
Tabel 4. 43 Hasil Uji T.....	90
Tabel 4. 44 Indikator Variabel Service Quality	98
Tabel 4. 45 Indikator Variabel Social Enjoyment.....	99
Tabel 4. 46 Indikator Variabel Cleanness	101
Tabel 4. 47 Indikator Variabel Aesthetics.....	103
Tabel 4. 48 Indikator Variabel Cost.....	104
Tabel 4. 49 Indikator Variabel Customer Satisfaction.....	106
Tabel 4. 50 Indikator Variabel Customer Loyalty	108
Tabel 5. 1 Implikasi Teoritis	116

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUESIONER.....	A-2
LAMPIRAN B: TABULASI KUESIONER.....	B-1
LAMPIRAN C: HASIL PENGOLAHAN DATA.....	C-1
LAMPIRAN D: HASIL TURNITIN.....	D-1