

## 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 akademik guna mengejar gelar 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 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 juga sebagai pembimbing kedua saya yang telah mencurahkan perhatian kepada penulis hingga penelitian ini dapat diselesaikan.
2. Dr. Amelia, S.E., RFP-I., M.M., selaku ketua program studi manajemen dan selaku pembimbing pertama saya yang sangat aku hormati dan sayangi yang telah dengan penuh kasih selalu membimbing dan menuntun saya terus menerus, memberikan saran yang begitu sangat membantu dalam proses pengerjaan tugas akhir ini sehingga saya boleh menyelesaikan tugas akhir ini dengan begitu baik.
3. Dr. Ronald, S.T., M.M., CSMA, CDM, PMA selaku pembimbing akademik yang sudah membimbing dan juga memberikan banyak bantuan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Segenap dosen penguji, khususnya: Dr. Amelia, S.E., RFP-I., M.M. yang telah berkenan menguji dan memberikan masukan-masukan yang berharga sehingga hasil penelitian ini bisa memberikan lebih banyak manfaat kepada semua pihak. Terima kasih yang tak terhingga yang bisa penulis sampaikan.

4. Segenap keluarga penulis, khususnya: Orang tua saya yang telah dengan penuh kasih dan sayang yang selalu mendukung penulis selama ini dan untuk kedepannya.
5. Terimakasih segenap responden penelitian yang telah berkenan menjadi nara sumber penelitian ini, terima kasih atas semuanya.
6. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini.

Penulis hanya bisa berharap kritik yang membangun untuk kesempurnaan hasil penelitian ini. Semoga penelitian ini memberikan banyak manfaat kepada semua pihak. Amin.

Surabaya, 15 Juli 2022



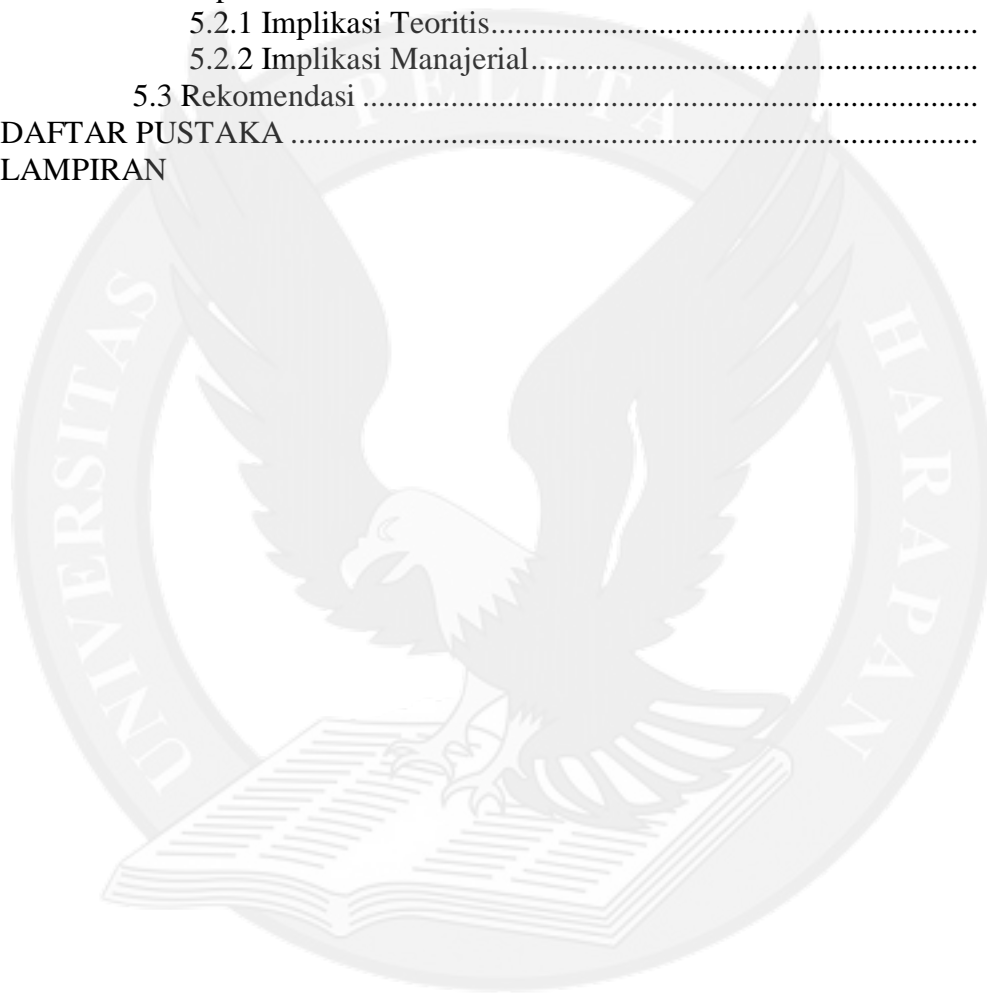
Daud Alfredo Hidayat Mulyana

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR .....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR .....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	10
1.3 Rumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	12
1.5.2 Manfaat Praktis.....	12
1.6 Sistematika Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori .....	15
2.1.1 <i>Customer Value</i> .....	15
2.1.1.1 Pengertian <i>Customer Value</i> .....	15
2.1.1.2 Pengukuran <i>Customer Value</i> .....	17
2.1.2 <i>Customer satisfaction</i> .....	27
2.1.2.1 Pengertian <i>Customer satisfaction</i> .....	27
2.1.2.2 Pengukuran <i>Customer satisfaction</i> .....	29
2.1.3 <i>Loyalty</i> .....	30
2.1.3.1 Pengertian <i>Loyalty</i> .....	30
2.1.3.2 Pengukuran <i>Loyalty</i> .....	34
2.2 Penelitian Terdahulu.....	35
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	37
2.3.1 Pengaruh <i>Service quality</i> Terhadap <i>Satisfaction</i> .....	37
2.3.2 Pengaruh <i>Service enjoyment</i> Terhadap <i>Satisfaction</i> .....	38
2.3.3 Pengaruh <i>Cleanness</i> Terhadap <i>Satisfaction</i> .....	38

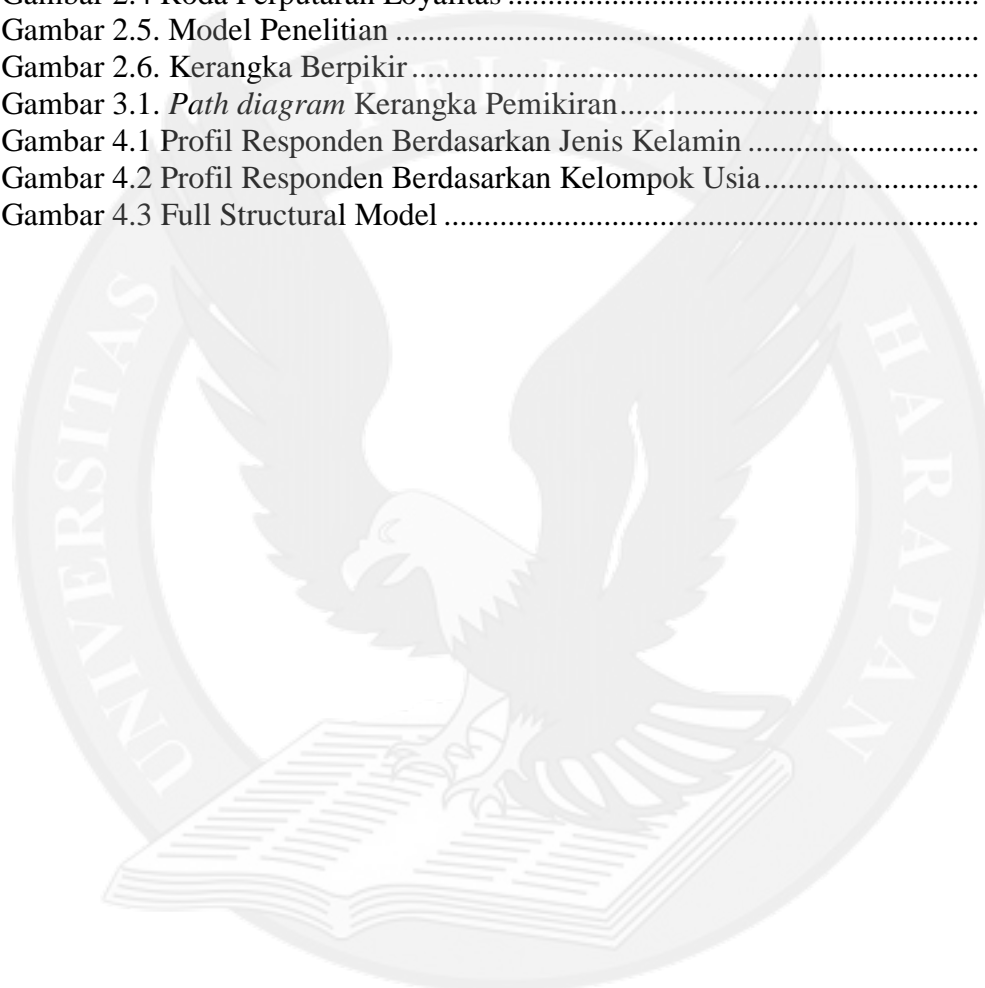
2.3.4 Pengaruh <i>Aesthetics</i> Terhadap <i>Satisfaction</i> .....	39
2.3.5 Pengaruh <i>Cost</i> Terhadap <i>Satisfaction</i> .....	39
2.3.6 Pengaruh <i>Satisfaction</i> Terhadap <i>Loyalty</i> .....	40
2.4 Model Penelitian.....	40
2.5 Bagan Alur Berpikir .....	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	43
3.1 Jenis Penelitian dan Jenis Data.....	43
3.1.1 Jenis Penelitian .....	43
3.1.2 Jenis Data.....	43
3.2 Populasi dan Sampel.....	44
3.2.1 Populasi .....	44
3.2.2 Sampel Penelitian .....	44
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	45
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	47
3.5 Metode Analisis Data .....	49
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	50
3.5.2 Analisis <i>Structural Equation Model</i> (SEM) dengan AMOS	51
3.5.3 Uji Reliabilitas.....	61
3.5.4 Pengujian Hipotesis .....	62
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	63
4.2 Analisis Data .....	64
4.2.1 Data Profil Responden .....	64
4.2.2 Analisis Variabel Penelitian .....	65
4.2.3 Pengujian Kualitas Data .....	74
4.2.3.1 Analisis Outlier .....	74
4.2.3.2 Analisis Normalitas Data .....	75
4.2.3.3 Analisis Validitas Data .....	77
4.2.3.4 Analisis Construct <i>Reliability</i> .....	77
4.2.4 Analisis Model Penelitian .....	78
4.2.4.1 Analisis Faktor Konfirmatori .....	80
4.2.4.2 Model Struktural .....	82
4.2.4.3 Pengujian Model .....	83
4.2.5 Pengujian Hipotesis .....	83
4.3 Pembahasan .....	86
4.3.1 Pembahasan Variabel <i>Service quality</i> .....	87
4.3.2 Pembahasan Variabel <i>Social enjoyment</i> .....	89
4.3.3 Pembahasan Variabel <i>Cleanness</i> .....	90
4.3.4 Pembahasan Variabel <i>Aesthetics</i> .....	91
4.3.5 Pembahasan Variabel <i>Cost</i> .....	92
4.3.6 Pembahasan Variabel <i>Satisfaction</i> .....	93
4.3.7 Pembahasan Variabel <i>Loyalty</i> .....	95
BAB V PENUTUP.....	97
5.1 Simpulan.....	97
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis .....	97
5.1.1.1 Pengaruh <i>Service quality</i> Terhadap	

<i>Satisfaction (H<sub>1</sub>)</i> .....	97
5.1.1.2 Pengaruh <i>Social enjoyment</i> Terhadap <i>Satisfaction (H<sub>2</sub>)</i> .....	97
5.1.1.3 Pengaruh <i>Cleanness</i> Terhadap <i>Satisfaction (H<sub>3</sub>)</i>	97
5.1.1.4 Pengaruh <i>Aesthetics</i> Terhadap <i>Satisfaction (H<sub>4</sub>)</i>	98
5.1.1.5 Pengaruh <i>Cost</i> Terhadap <i>Satisfaction (H<sub>5</sub>)</i> .....	98
5.1.1.6 Pengaruh <i>Satisfaction</i> Terhadap <i>Loyalty (H<sub>3</sub>)</i> .....	98
5.1.2 Simpulan Berdasarkan Rumusan Masalah .....	98
5.2 Implikasi .....	99
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	99
5.2.2 Implikasi Manajerial.....	100
5.3 Rekomendasi .....	101
DAFTAR PUSTAKA .....	103
LAMPIRAN	



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan <i>Layout</i> Yang Nyaman di KFC Ahmad Yani Surabaya	7
Gambar 1.2 Kesan Kebersihan Gerai KFC Ahmad Yani Surabaya .....	8
Gambar 1.3 Pesona Keindahan Desain Bangunan KFC Ahmad Yani Surabaya	9
Gambar 2.1 Proses Membangun <i>Value</i> oleh Perusahaan .....	16
Gambar 2.2. Overall <i>Aesthetic Value</i> .....	24
Gambar 2.3 Tingkat <i>Customer satisfaction</i> .....	28
Gambar 2.4 Roda Perputaran Loyalitas .....	32
Gambar 2.5. Model Penelitian .....	40
Gambar 2.6. Kerangka Berpikir .....	42
Gambar 3.1. <i>Path diagram</i> Kerangka Pemikiran.....	55
Gambar 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
Gambar 4.2 Profil Responden Berdasarkan Kelompok Usia.....	65
Gambar 4.3 Full Structural Model .....	79



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Lokasi Gerai KFC di Surabaya .....	2
Tabel 1.3 Beberapa Perbandingan KFC dan McDonald .....	3
Tabel 1.2 Survei <i>Top brand award</i> kategori Resto Cepat Saji Tahun 2016 – 2020.....	4
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang .....	37
Tabel 3.1 Pengukuran Variabel Menggunakan Skala Likert .....	46
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel .....	47
Tabel 3.3 Kategori Nilai Rata-Rata.....	51
Tabel 3.4 Keterangan indikator Konstruk .....	53
Tabel 3.5 Pola Hubungan Antar Variabel Laten .....	56
Tabel 3.6 Konversi Diagram Path pada Persamaan .....	57
Tabel 3.7 Kriteria Penilaian <i>Goodness of fit</i> .....	61
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	65
Tabel 4.3 Analisis Variabel <i>Service quality</i> .....	66
Tabel 4.4 Analisis Variabel <i>Social Enjoyment</i> .....	68
Tabel 4.5 Analisis Variabel <i>Cleanness</i> .....	69
Tabel 4.6 Analisis Variabel <i>Aesthetics</i> .....	70
Tabel 4.7 Analisis Variabel <i>Cost</i> .....	71
Tabel 4.8 Analisis Variabel <i>Satisfaction</i> .....	72
Tabel 4.9 Analisis Variabel <i>Loyalty</i> .....	73
Tabel 4.10 <i>Mahalanobis Distance</i> (Uji <i>outlier</i> ).....	75
Tabel 4.11 Analisis Normalitas Data .....	75
Tabel 4.12 <i>Variance Extracted</i> Variabel Penelitian .....	77
Tabel 4.13 <i>Construct Reliability</i> Variabel Penelitian .....	78
Tabel 4.14 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor <i>Loading</i> Laten Eksogen .....	80
Tabel 4.15 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor <i>Loading</i> Laten Endogen .....	81
Tabel 4.16 Goodness of Fit Indeks Full <i>Structural equation model</i> .....	83
Tabel 4.17 Pengujian Hipotesis Penelitian.....	84
Tabel 4.18 Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik Variabel <i>Service quality</i> .....	87
Tabel 4.19 Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik Variabel <i>Social Enjoyment</i> .....	89
Tabel 4.20 Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik Variabel <i>Cleanness</i> ..	90
Tabel 4.21 Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik Variabel <i>Aesthetics</i> ..	91
Tabel 4.22 Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik Variabel <i>Cost</i> .....	92
Tabel 4.23 Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik Variabel <i>Satisfaction</i>	94
Tabel 4.24 Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik Variabel <i>Loyalty</i> .....	95
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis .....	99
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial .....	100

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner Penelitian.....	107
Lampiran B Profil Responden .....	111
Lampiran C Lampiran Statistik Deskriptif .....	112
Lampiran D Hasil Uji Outlier .....	114
Lampiran E Output AMOS .....	115
Lampiran F Path diagram.....	131
Lampiran G Perhitungan Extracted Variance dan Construct Reliability .....	133
Lampiran H Data Isian Kuesioner .....	140

