

KATA PENGANTAR

Atas berkat rahmat Tuhan Yang Maha Kuasa, pertama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kesehatan yang luar biasa selama ini dan karunia lainnya sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir sebagai salah satu persyaratan akademik guna meraih gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Ekonomi di Universitas Pelita Harapan Surabaya.

Pada kesempatan yang baik ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu penulis sehingga mampu menyelesaikan penelitian ini hingga akhir. Rasa terima kasih yang tak terhingga Saya sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M., CSMA., CDM., PMA., selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memimbing penulis.
2. Bapak, Ibu Dosen dan staff di Universitas Pelita Harapan Surabaya yang telah banyak membimbing penulis selama perkuliahan
4. Segenap dosen penguji, yang telah berkenan menguji dan memberikan banyak masukan sehingga hasil penelitian ini bisa ditampilkan dengan lebih baik.
4. Segenap keluarga yang telah dengan penuh kasih dan rasa sayang untuk selalu mendukung selama ini dan untuk selamanya
5. Pimpinan Restoran Rumah Langko yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian
5. Semua responden penelitian yang telah berkenan menjadi informan atau nara sumber penelitian ini.
6. Semua pihak yang tidak dapat disebut satu persatu, terima kasih atas bantaunnya.

Penulis berharap kritik yang konstruktif dari semua pihak untuk perbaikan dan kebaikan hasil penelitian ini sehingga lebih bermanfaat kepada semua pihak. Terima kasih.

Surabaya, Oktober 2022

(Anggita Rahmatya)

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.....	viii
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	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.5.1 Manfaat Teoretis	12
1.5.2 Manfaat Bagi Restoran Rumah Langko	12
1.6 Sistematika Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 <i>Pengertian Customer satisfaction</i>	15
2.1.2 Konsep <i>Food quality</i>	17
2.1.3 Kualitas layanan	18
2.1.4 Konsep <i>Customer experience</i>	18
2.1.5 <i>Revisit intention</i>	21
2.1.6 <i>Pandemi Covid 19</i>	22
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Pengembangan Hipotesis	25
2.3.1. Pengaruh <i>Food quality</i> terhadap <i>Customer satisfaction</i> ...	25
2.3.2 Pengaruh <i>Food quality</i> terhadap <i>Revisit intention</i>	26
2,3,3 Pengaruh <i>Services Quality</i> terhadap <i>Customer satisfaction</i>	26
2.3.4 Pengaruh <i>Services Quality</i> terhadap terhadap <i>Revisit intention</i>	27
2.4.5 Pengaruh <i>Customer experience</i> terhadap <i>Customer</i>	

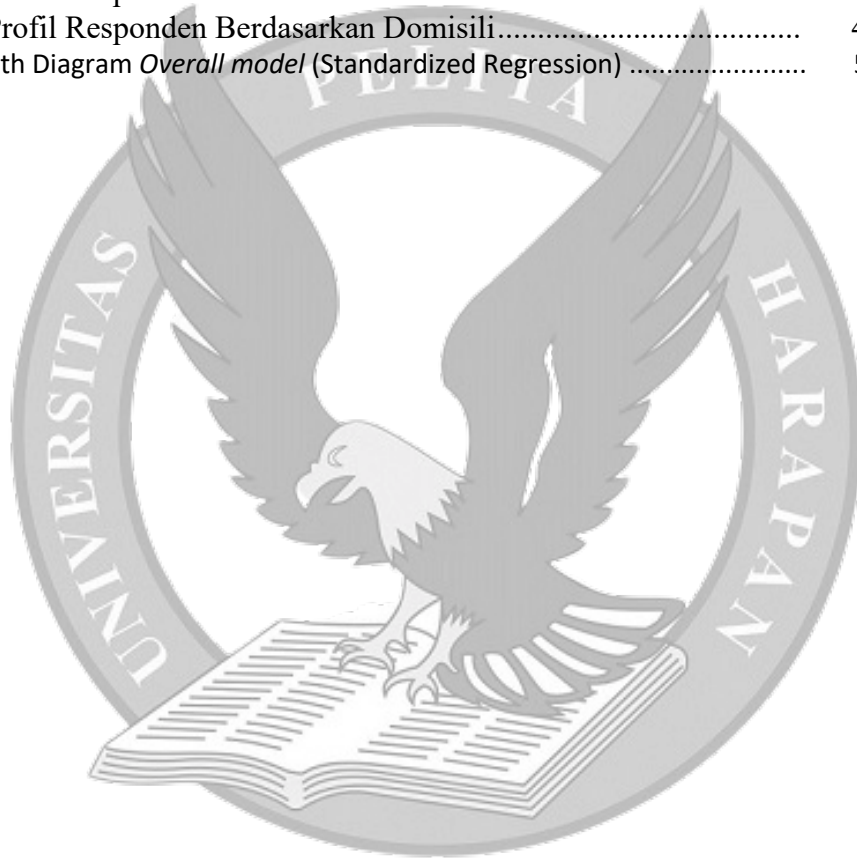
<i>Satisfaction</i>	27
2.3.6 <i>Customer experience</i> berpengaruh terhadap <i>Revisit intention</i>	28
2.3.7 Pengaruh <i>Customer satisfaction</i> terhadap <i>Revisit intention</i>	28
2.4 Model Penelitian	29
2.5 Bagan Alur Berfikir	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Jenis Penelitian dan Jenis Data	32
3.1.1 Jenis Penelitian	32
3.1.2 Jenis Data	32
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	33
3.2.1 Populasi	33
3.2.2 Sampel	33
3.3 Metode Pengumpulan Data	34
3.4 Definisi Operasional Variabel	36
3.5 Teknik Analisis Data	37
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum Restoran Rumah Langko	46
4.2 Profil Responden	47
4.3 Pengujian Statistik Data Penelitian	49
4.3.1 Statistik Uji <i>Outlier</i>	50
4.3.2 Uji Statistik Normalitas	51
4.3.3 Uji <i>Extracted Variance</i> dan <i>Construct reliability</i>	52
4.4 <i>Overall Model</i>	56
4.4.1 <i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i>	57
4.4.2 Pengujian Model Fit	61
4.4.3 Pengujian Hipotesis Penelitian	62
4.5 Pembahasan	64
4.5.1 Pembahasan Hasil Uji Hipotesis	64
4.5.2 Pembahasan Variabel Penelitian	65
4.5.2.1 Analisis <i>Food quality</i>	65
4.5.2.2 Analisis <i>Service quality</i>	66
4.5.2.3 Analisis <i>Customer Experience</i>	69
4.5.2.4 Analisis <i>Customer Satisfaction</i>	71
4.5.2.5 Analisis <i>Revisit intention</i>	72
BAB V PENUTUP	75
5.1 Simpulan	75
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis	75
5.1.1.1 Pengaruh Food Quality Terhadap Customer Satisfaction di Restoran Rumah Langko	75
5.1.1.2 Pengaruh Food quality Terhadap Revisit Intention di Restoran Rumah Langko	75
5.1.1.3 Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction di Restoran Rumah Langko	76
5.1.1.4 Pengaruh Service quality Terhadap Revisit Intention di Restoran Rumah Langko	76

5.1.1.5 Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction di Restoran Rumah Langko	76
5.1.1.6 Pengaruh Customer Experience Terhadap Revisit Intention di Restoran Rumah Langko	77
5.1.1.7 Pengaruh Customer Satisfaction Terhadap Revisit Intention di Restoran Rumah Langko	77
5.1.2 Simpulan Berdasarkan Rumusan Masalah	77
5.2 Implikasi	78
5.2.1 Implikasi Teoritis	78
5.2.2 Implikasi Manajerial	79
5.3 Rekomendasi.....	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Logo Restoran Rumah Langko	7
Gambar 1.2. Makanan Restoran Rumah Langko.....	9
Gambar 1.3. Bangunan Restoran Rumah Langko	9
Gambar 1.4. Kunjungan Konsumen di Rumah Langko.....	10
Gambar 2.1 Model Penelitian	29
Gambar 2.2 bagan Alur Berpikir	31
Gambar 4.1 Restoran Rumah Langko Tampak Luar	46
Gambar 4.2 Sebagian Menu Khas Restoran Rumah Langko	47
Gambar 4.4 Profil Responden Berdasarkan Usia	48
Gambar 4.3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Gambar 4.5 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	49
Gambar 4.6 Path Diagram <i>Overall model</i> (Standardized Regression)	57



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Daftar Restoran Terbesar di Wilayah Nusa Tenggara Barat	4
Tabel 1.2. Omzet Restoran di Kota Mataram pada Masa COVID 19	5
Tabel 3.1 Pertanyaan Kuesioner	35
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	36
Tabel 3.3. Desain Inti Kuesioner	40
Tabel 3.4 Indeks Pengujian <i>Goodness of Fit Indeks</i>	45
Tabel 4.1 Identifikasi Lima Nilai Mahalanobis Distance Tertinggi dari Lima Responden.....	50
Tabel 4.2 Output Statistik Uji Normalitas Data	51
Tabel 4.3 Perhitungan <i>EV</i> dan <i>CR</i> Variabel <i>Food quality</i>	53
Tabel 4.4 Perhitungan <i>EV</i> dan <i>CR</i> Variabel <i>Service quality</i>	54
Tabel 4.5 Perhitungan <i>EV</i> dan <i>CR</i> Variabel <i>Customer experience</i>	54
Tabel 4.6 Perhitungan <i>EV</i> dan <i>CR</i> Variabel <i>Customer satisfaction</i>	55
Tabel 4.7 Perhitungan <i>EV</i> dan <i>CR</i> Variabel <i>Revisit intention</i>	56
Tabel 4.8 Nilai <i>CFA</i> Pada Setiap Indikator Variabel	58
Tabel 4.9 Hubungan Dalam <i>Structural Model</i>	60
Tabel 4.10 Pengujian Model <i>Fit (Goodness of Fit Index)</i>	62
Tabel 4.11 hasil Pengujian Hipotesis Penelitian.....	63
Tabel 4.12 Perbandingan Indikator Terpenting (<i>Lambda</i>) dan Indikator Terbaik (<i>Mean</i>) Variabel <i>Food quality</i>	65
Tabel 4.13 Perbandingan Indikator Terpenting (<i>Lambda</i>) dan Indikator Terbaik (<i>Mean</i>) Variabel <i>Service quality</i>	67
Tabel 4.14 Perbandingan Indikator Terpenting (<i>Lambda</i>) dan Indikator Terbaik (<i>Mean</i>) Variabel <i>Customer experience</i>	69
Tabel 4.15 Perbandingan Indikator Terpenting (<i>Lambda</i>) dan Indikator Terbaik (<i>Mean</i>) Variabel <i>Customer satisfaction</i>	71
Tabel 4.16 Perbandingan Indikator Terpenting (<i>Lambda</i>) dan Indikator Terbaik (<i>Mean</i>) Variabel <i>Revisit intention</i>	73
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis	78
Tabel 5. 2 Implikasi Manajerial	79

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN.....	83
LAMPIRAN B DATA ISIAN PROFIL RESPONDEN	85
LAMPIRAN C DATA ISIAN PERTANYAAN KUESIONER	88
LAMPIRAN D DATA PROFIL RESPONDEN	90
LAMPIRAN E STATISTIK DESKRIPTIF	91
LAMPIRAN F OUTPUT AMOS	92
LAMPIRAN G PATH DIAGRAM1	02

