

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan hikmat dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tesis ini dengan judul “Analisis Pengaruh Service Quality, Food Quality, Atmospheric, Price, dan Other Customer terhadap Customer Satisfaction dan Pada Akhirnya Revisit Intention Dari Pelanggan Pizza Hut Cabang Plaza Festival Jakarta”, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pascasarjana (S2) program studi Magister Manajemen. 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. Dr. Ronald, S.T., M.M., CSMA, CDM, PMA., selaku Dean UPH Kampus Surabaya sekaligus co-pembimbing dan anggota penguji dalam penelitian ini yang memberikan berbagai saran dan masukan untuk penyempurnaan penelitian ini.
2. Dr. Amelia, S.E., RFP-I, M.M., selaku pembimbing utama dan ketua penguji dalam penelitian ini dan telah memberikan berbagai saran dan masukan selama penyusunan penelitian tesis ini.
3. Dr. Yanuar Dananjaya, B.Sc, M.M., selaku ketua program studi manajemen dan anggota penguji yang telah memberikan berbagai dukungan dari sisi program studi sehingga pembuatan penelitian tesis ini dapat dilancarkan.
4. Pihak Pihak lain yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah membantu saya dalam penulisan dalam penyusunan penelitian ini dengan baik. Hanya doa dan ucapan terima kasih yang dapat penulis panjatkan

semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari bapak, ibu, saudara dan teman-teman. Semoga penelitian ini juga dapat bermanfaat untuk pihak-pihak yang ingin memahami kasus atau topik yang sama. Segala kritik maupun saran di atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk menyempurnakan selanjutnya.

Surabaya, 7 Juni 2022

Nuke Puspita



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah... ..	19
1.3 Rumusan Masalah... ..	19
1.4 Tujuan Penelitian... ..	20
1.5 Manfaat Penelitian... ..	21
1.6 Sistematika Penulisan	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	24
2.1 Landasan Teori.....	24
2.1.1 <i>Customer Relationship Management</i>	24
2.1.2 <i>Convenience</i>	28
2.1.3 <i>Perceived Service Quality</i>	30
2.1.4 <i>Perceived Value</i>	32
2.1.5 <i>Customer Satisfaction</i>	35
2.1.6 <i>Image</i>	36
2.1.7 <i>Revisit Intention</i>	38
2.2 Penelitian Terdahulu	41
2.3 Pengembangan Hipotesis	43
2.3.1 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap <i>Perceived Service Quality</i>	43
2.3.2 Pengaruh <i>Convenience</i> Terhadap <i>Perceived Service Quality</i>	44
2.3.3 Pengaruh <i>Perceived Service Quality</i> Terhadap <i>Perceived Value</i>	45
2.3.4 Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	46
2.3.5 Pengaruh <i>Perceived Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	46
2.3.6 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Image</i>	47
2.3.7 Pengaruh <i>Image</i> Terhadap <i>Loyalty</i>	48
2.3.8 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Loyalty</i>	48
2.4 Model Penelitian... ..	49
2.5 Bagan Alur Berpikir.....	50
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	52
3.1 Jenis Penelitian.....	52
3.2 Populasi dan Sampel... ..	53
3.2.1 Populasi.....	53
3.2.2 Sampel.....	53
3.3 Metode Pengumpulan Data... ..	54
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel... ..	57
3.5 Metode Analisis Data.....	60
3.5.1 Uji Reliabilitas... ..	74
BAB IV PEMEBAHASAN	63
4.1 Gambaran Umum.....	63

4.2 Analisis Uji normalitas.....	64
BAB V KONKLUSI DAN REKOMENDASI.....	78
5.1 Simpulan	78
5.1.1 Simpulan atas Hipotesis.....	79
5.1.2 Simpulan atas Masalah Penelitian.....	84
5.2 Rekomendasi	85
DAFTAR PUSTAKA.....	87

