

KATA PENGANTAR

Pertama-tama saya selaku penulis hendak mengucapkan puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa yang senantiasa memberikan hikmat, rahmat, kebijaksanaan, dan kesehatan yang sangat luar biasa baik dari luar maupun dalam lingkungan dalam menyelesaikan tugas akhir sebagai persyaratan akademik untuk memperoleh gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Manajemen di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.

Pada penelitian ini, saya sebagai penulis meyakini bahwa seluruh pengungkapan, penyajian, dan penggunaan kata-kata dan bahasa masih sangat jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, dengan segala bentuk kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik, dan segala bentuk pengarahan 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 dan selalu memotivasi saya agar selalu memiliki semangat dalam menyelesaikan 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 terutama dalam penyelesaian segala tugas dan tanggung jawab dalam kehidupan perkuliahan saya selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.
- 3) Ibu Dr. Amelia, S.E., RFP-I, M.M, CSMA, CDM selaku dosen pembimbing pertama saya yang selalu menuntun, menyemangati dan mendorong saya setiap saat bahwa saya akan dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik, benar dan tepat waktu, yang sudah sangat informatif dalam menjawab pertanyaan saya yang terkadang terlalu banyak tetapi miss Amel tetap sabar dan menjawab seluruh pertanyaan saya dengan sepeoleh hati, dan yang telah menyalurkan ilmu-ilmu pengetahuan yang sangat berharga dan berguna bagi kehidupan mendatang serta memotivasi saya untuk selalu memberikan yang terbaik dalam berbagai aspek terutama dalam menyelesaikan penelitian ini.
- 4) Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M, CSMA, CDM, PMA, selaku dosen pembimbing kedua saya yang telah banyak membantu saya dengan memberikan dorongan, semangat dan hiburan selama saya menyelesaikan penelitian ini sehingga memotivasi saya untuk dapat segera menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

- 5) Bapak Dr. William Santoro, S.e., M.Ak dan Ibu Priskilla E.E Napitupulu, S.Sos, M.M., CSMA, CHCSA selaku dosen pembimbing akademik selama kehidupan perkuliahan saya di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya, yang selalu meluangkan waktu dan perhatian untuk anak pembimbing akademik agar dapat menyelesaikan seluruh mata kuliah dengan hasil yang memuaskan, serta sangat supportif membantu dan meningkatkan serta mengajarkan berbagai hal dari awal hingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
- 6) Bapak Dr. Yanuar Dananjaya, B.Sc., M.M. selaku dosen penguji pertama yang turut memberikan berbagai masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.
- 7) Ibu Oliandes Sondakh, S.E., M.M., CSMA, selaku dosen penguji kedua yang turut memberikan berbagai masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.
- 8) Keluarga saya, Mama, Papa, Adik serta keluarga besar lainnya yang senantiasa mendoakan, memberikan dukungan baik secara tenaga dan waktu, dukungan yang luar biasa tiada henti dalam menyelesaikan penelitian ini.
- 9) Yovina Daniella, sahabat, *human diary*, teman berkeluh kesah terbaik saya semenjak saya mulai berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya yang selalu mendukung, menemani, menyemangati, menghibur, mendoakan, dan membantu saya setiap hari dalam

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

10) Eufracia Nahak, Kimberly Lintungan, Brigita Kusuma, Natanel Widjojo, Descham Sengkey, sahabat “RUPS”, tempat berbagi suka dan duka, tempat saya menjadi diri saya sendiri secara sepenuhnya yang selalu menjadi pendukung dan selalu menemani serta menghibur saya selama saya mengalami kesulitan dalam proses perkuliahan dan penelitian saya ini.

11) Verold Louis, Marcellino Kojongian, Kezia Wewenggang, sahabat “TELETABIS” saya yang selalu memberikan hiburan dan selalu mendukung serta mendorong saya untuk tetap selalu semangat dalam menyelesaikan proses perkuliahan saya.

12) Alfado Rizza Fuady, sahabat, musuh, kakak, teman curhat, teman berantem, dan teman mengeluh saya yang sudah mewarnai masa kuliah saya dengan tawa dan air mata, yang selalu mendukung dan *support* saya, yang selalu mengusahakan yang terbaik untuk saya agar dapat menyelesaikan perkuliahan saya di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya dengan baik.

13) Steven Samuel Anggrek, Nancy Chiarouven, Tyang Awan, Ivana Naomi, Vincent Sanjaya, dan seluruh teman “HAPPY FAMILY” a.k.a “STB” saya yang sudah selalu membantu, menemani, dan menghibur saya didalam kehidupan perkuliahan saya di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya selama ini.

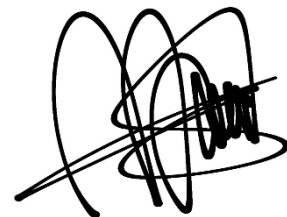
14) Cece Juliana Makadala dan Ko Denny, yang selalu memberikan dukungan, hiburan, dan semangat agar saya dapat segera menyelesaikan penelitian ini dan perkuliahan saya dengan hasil yang baik dan memuaskan.

15) Cicilia Veronika, sahabat saya yang selalu memberikan dukungan dan semangat dalam berbagai aspek terutama selama saya menjalani perkuliahan dan mengerjakan penelitian ini

16) 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 kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekaligus. Semoga studi kasus ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segalacritik dan saran atas studi kasus ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 27 Agustus 2021



Marsha Blessina Pattinama

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	16
1.3 Rumusan Masalah.....	16
1.4 Tujuan Penelitian	18
1.5 Manfaat Penelitian	19
1.5.1 Manfaat Teoritis	19
1.5.2 Manfaat Praktis.....	19
1.6 Sistematika Penelitian.....	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS 22	22
2.1 Landasan Teori.....	22
2.1.1 <i>Brand Preference</i>	22
2.1.2 <i>Brand Trust</i>	24
2.1.3 <i>Customer Satisfaction</i>	27
2.1.4 <i>Brand Image</i>	29
2.1.5 <i>Atmosphere</i>	31
2.1.6 <i>Food Quality</i>	32
2.1.7 <i>Service Quality</i>	34
2.2 Penelitian Terdahulu.....	36
2.3 Pengembangan Hipotesis	41
2.3.1 Pengaruh <i>Atmospherics</i> terhadap <i>Brand Image</i>	41
2.3.2 Pengaruh <i>Atmospherics</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	41
2.3.3 Pengaruh <i>Food Quality</i> terhadap <i>Brand Image</i>	42
2.3.4 Pengaruh <i>Food Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	42
2.3.5 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Brand Image</i>	43
2.3.6 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	43
2.3.7 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	44
2.3.8 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Brand Trust</i>	44
2.3.9 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Brand Trust</i>	45
2.3.10 Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Brand Preference</i>	45
2.4 Model Penelitian	46
2.5 Bagan Alur Berpikir	46
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Jenis Penelitian dan Jenis Data.....	48

3.1.1 Jenis Penelitian	48
3.1.2 Jenis Data	49
3.1.3 Sumber Data	49
3.2 Populasi dan Sampel	50
3.2.1 Populasi	50
3.2.2 Sampel	51
3.3 Metode Pengumpulan Data	52
3.4 Definisi Operasional Variabel	55
3.5 Metode Analisis.....	58
3.5.1 Pengolahan Data.....	58
3.5.2 Pengujian Hipotesis	59
3.5.2.1 Uji Validitas	60
3.5.2.2 Uji Reliabilitas.....	61
3.5.2.3 Uji Asumsi Klasik	62
3.5.2.4 Analisis Linear Regresi Sederhana (<i>Simple Regression</i>)	65
3.5.2.5 Analisis Linear Regresi Berganda (<i>Multiple Regression</i>)	65
3.5.2.6 Koefisien Korelasi (R).....	68
3.5.2.7 Koefisien Determinasi (R^2)	69
3.5.2.8 Uji F.....	69
3.5.2.9 Uji T	70
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	71
4.1 Gambaran Umum De Mandailing Café and Eatery	71
4.2 Analisis Data	72
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	72
4.2.1.1 Karakteristik Responden	72
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	73
4.2.1.4 Tanggapan Responden	75
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel	88
4.2.2.1 Penjelasan Responden terhadap <i>Brand Preference</i>	88
4.2.2.2 Penjelasan Responden terhadap <i>Brand Trust</i>	89
4.2.2.3 Penjelasan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	91
4.2.2.4 Penjelasan Responden terhadap <i>Brand Image</i>	93
4.2.2.5 Penjelasan Responden terhadap <i>Service Quality</i>	94
4.2.2.6 Penjelasan Responden terhadap <i>Food Quality</i>	96
4.2.2.7 Penjelasan Responden terhadap <i>Atmospherics</i>	99
4.2.3 Uji Validitas	101
4.2.4 Uji Reliabilitas.....	102
4.2.5 Pengujian Asumsi Klasik Regresi	103
4.2.5.1 Uji Normalitas	103
4.2.5.2 Uji Multikolinearitas	107
4.2.5.3 Uji Heterokedastisitas.....	108
4.2.5.4 Uji Linearitas	111
4.3 Metode Analisis Statistik	112
4.3.1 Analisis Regresi.....	112
4.3.1.1 Analisis Regresi Sederhana	112
4.3.1.2 Analisis Regresi Berganda	113

4.3.2 Analisis Koefisien Korelasi.....	120
4.3.2.1 Analisis Koefisien Korelasi Sederhana	120
4.3.2.2 Analisis Koefisien Korelasi Berganda	120
4.3.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	121
4.4 Metode Pengujian Hipotesis	123
4.4.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji-F).....	123
4.4.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji-T)	124
4.5 Pembahasan	128
BAB V KONKLUSI, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI	157
5.1 Simpulan.....	157
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis	159
5.1.1.1 Pengaruh <i>Atmospherics</i> terhadap <i>Brand Image</i>	159
5.1.1.2 Pengaruh <i>Atmospherics</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	160
5.1.1.3 Pengaruh <i>Food Quality</i> terhadap <i>Brand Image</i>	161
5.1.1.4 Pengaruh <i>Food Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	162
5.1.1.5 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Brand Image</i>	162
5.1.1.6 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	163
5.1.1.7 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	164
5.1.1.8 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Brand Trust</i>	165
5.1.1.9 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Brand Trust</i>	165
5.1.1.10 Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Brand Preference</i>	166
5.1.2 Simpulan atas Masalah Penelitian	167
5.2 Implikasi.....	169
5.2.1 Implikasi Teoritis	169
5.2.2 Implikasi Manajerial.....	170
5.3 Rekomendasi.....	182
DAFTAR PUSTAKA	183

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Persentase Sektor Pembentuk PDRB Surabaya Tahun 2018	3
Gambar 1.2 Logo De Mandailing Café & Eatery	5
Gambar 1.3 De Mandailing Café and Eatery Surabaya	6
Gambar 1.4 Pink Room di De Mandailing Café and Eatery Surabaya	7
Gambar 1.5 Rating De Mandailing Café & Eatery Surabaya	11
Gambar 1.6 Ulasan bukti dari <i>brand image</i> De Mandailing Café & Eatery	12
Gambar 1.8 Bukti dari <i>food quality</i> De Mandailing Café & Eatery.....	14
Gambar 1.9 Layanan De Mandailing Café & Eatery	15
Gambar 2.1 Model Penelitian Terdahulu Jurnal Utama.....	37
Gambar 2.3 Model Penelitian.....	46
Gambar 4.1 Diagram Pie Responden Berdasarkan Usia.....	73
Gambar 4.2 Diagram Pie Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
Gambar 4.3 Scatterplot Uji Normalitas <i>Brand Preference</i>	104
Gambar 4.4 Scatterplot Uji Normalitas <i>Brand Trust</i>	105
Gambar 4.5 Scatterplot Uji Normalitas <i>Customer Satisfaction</i>	105
Gambar 4.6 Scatterplot Uji Normalitas <i>Brand Image</i>	106
Gambar 4.7 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Brand Preference</i>	108
Gambar 4.8 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Brand Trust</i>	109
Gambar 4.9 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Customer Satisfaction</i>	109
Gambar 4.10 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Brand Image</i>	110
Gambar 4.11 Hasil Penelitian.....	127

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Review De Mandailing Café & Eatery & Pesaing	8
Tabel 1.2 De Mandailing Café & Eatery & Pesaing.....	9
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu Jurnal Utama	38
Tabel 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu Jurnal Pendukung Kedua	40
Tabel 3.1 Desain Inti Kuesioner	53
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	55
Tabel 3.3 <i>Rules of Thumb</i> mengenai Ukuran Koefisien Determinasi	69
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia	73
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel.....	76
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap <i>Brand Preference</i>	76
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap <i>Brand Trust</i>	78
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ..	80
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap <i>Brand Image</i>	81
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap <i>Service Quality</i>	83
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap <i>Food Quality</i>	84
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap <i>Atmospherics</i>	86
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Brand Preference</i>	88
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Brand Trust</i>	90
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	91
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Brand Image</i>	93
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Service Quality</i>	94
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Food Quality</i>	96
Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Atmospherics</i>	99
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Preference</i>	101
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Trust</i>	101
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	101
Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	101
Tabel 4.22 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Service Quality</i>	101
Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Food Quality</i>	101

Tabel 4.24 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Atmospherics</i>	102
Tabel 4.25 Uji Reliabilitas	102
Tabel 4.26 Uji Kolmogorov Smirnov (K-S).....	103
Tabel 4.27 Nilai Tolerance dan VIF	107
Tabel 4.28 <i>Spearman Test Cirrelation</i>	110
Tabel 4.29 Hasil Uji Linearitas	111
Tabel 4.30 Hasil Uji Regresi Berganda (BT*BP).....	112
Tabel 4.31 Hasil Uji Regresi Berganda (BI,CS*BT)	113
Tabel 4.32 Hasil Uji Regresi Berganda (BI, SQ, FQ,A*CS)	115
Tabel 4.33 Hasil Uji Regresi Berganda (SQ, FQ, A*BI)	118
Tabel 4.34 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 (R^2).....	121
Tabel 4.35 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 2 (R^2).....	121
Tabel 4.36 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 3 (R^2).....	122
Tabel 4.37 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 4 (R^2).....	122
Tabel 4.38 Hasil Uji F	123
Tabel 4.39 Hasil Uji T	125
Tabel 4.40 Indikator Variabel <i>Brand Trust</i>	140
Tabel 4.41 Indikator Variabel <i>Brand Image</i>	142
Tabel 4.42 Indikator Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	144
Tabel 4.43 Indikator Variabel <i>Atmospherics</i>	147
Tabel 4.44 Indikator Variabel <i>Food Quality</i>	149
Tabel 4.45 Indikator Variabel <i>Service Quality</i>	152
Tabel 4.46 Indikator Variabel <i>Brand Preference</i>	155
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis	169
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial	177

DAFTAR LAMPIRAN

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

