

KATA PENGANTAR

Penulis memanjatkan puji syukur kepada Tuhan Yesus atas karunia dan berkat yang telah Ia limpahkan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun skripsi ini yang berjudul “Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan yang Dibentuk dari Kualitas Produk, Kewajaran Harga, Dan Citra Merek Di KFC Indonesia” yang disusun dalam rangka memenuhi persyaratan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan.

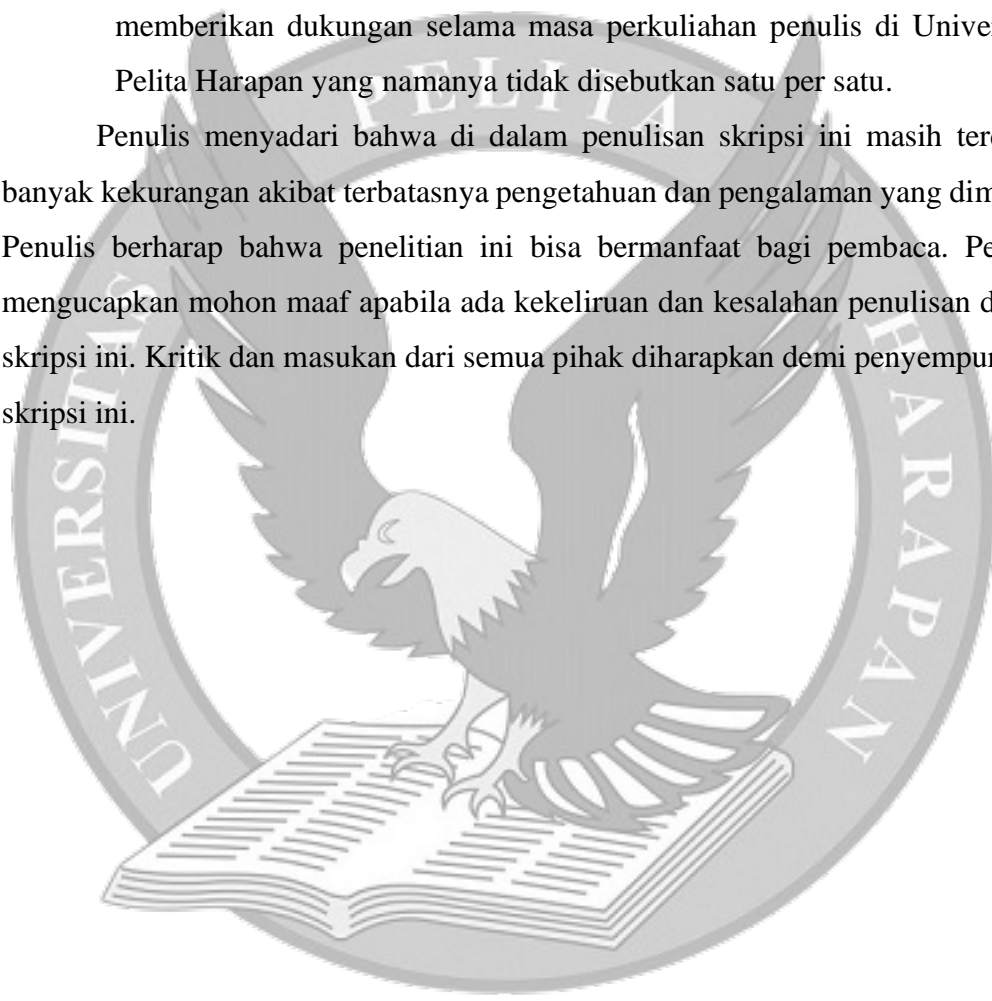
Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Kesempatan ini penulis gunakan untuk mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan membimbing penulis dalam pembuatan skripsi ini, yakni kepada:

1. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, MBA, Ph.D. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan.
2. Ibu Vina C. Nugroho, S.E., M.M selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Pelita Harapan.
3. Bapak Hendra Achmadi M.M., M.Acc. selaku dosen pembimbing yang dengan penuh semangat dan kesabaran telah memberikan penulis pengarahan, koreksi, dan dorongan hingga terselesaikannya skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan staf pengajar di Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan yang sudah mencurahkan ilmunya sepanjang masa studi penulis di Universitas Pelita Harapan.
5. Kedua orang tua penulis, James Thung dan Ang Sioe Hong, dan ketiga saudara penulis, dr. Cindy Thung, Celya Thung, dan Felicia Thung yang senantiasa memberikan doa, bantuan, dan dukungan moril maupun materiil kepada penulis.
6. Michelle Law, Felisha Setyadi, Calista Renielta Sutedja, Gracecia Setiawati Widodo, Thasya Gracella Hartantio, dan Priscilia Jessica Jones yang selama

ini telah memberikan dukungan dan berusaha bersama-sama selama masa studi penulis di Universitas Pelita Harapan.

7. Sepupu-sepupu penulis Grace Octavia Rungkat, Windy Rungkat, Elsza Khoesbin, Kelzy Khoesbin, dan Kelvin Khoesbin yang telah memberikan umpan balik dan semangat kepada penulis selama mengerjakan skripsi ini.
8. Seluruh teman-teman kelas seperjuangan angkatan 2018 yang memberikan dukungan selama masa perkuliahan penulis di Universitas Pelita Harapan yang namanya tidak disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa di dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan akibat terbatasnya pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Penulis berharap bahwa penelitian ini bisa bermanfaat bagi pembaca. Penulis mengucapkan mohon maaf apabila ada kekeliruan dan kesalahan penulisan dalam skripsi ini. Kritik dan masukan dari semua pihak diharapkan demi penyempurnaan skripsi ini.



Tangerang, 19 November 2021

Penulis

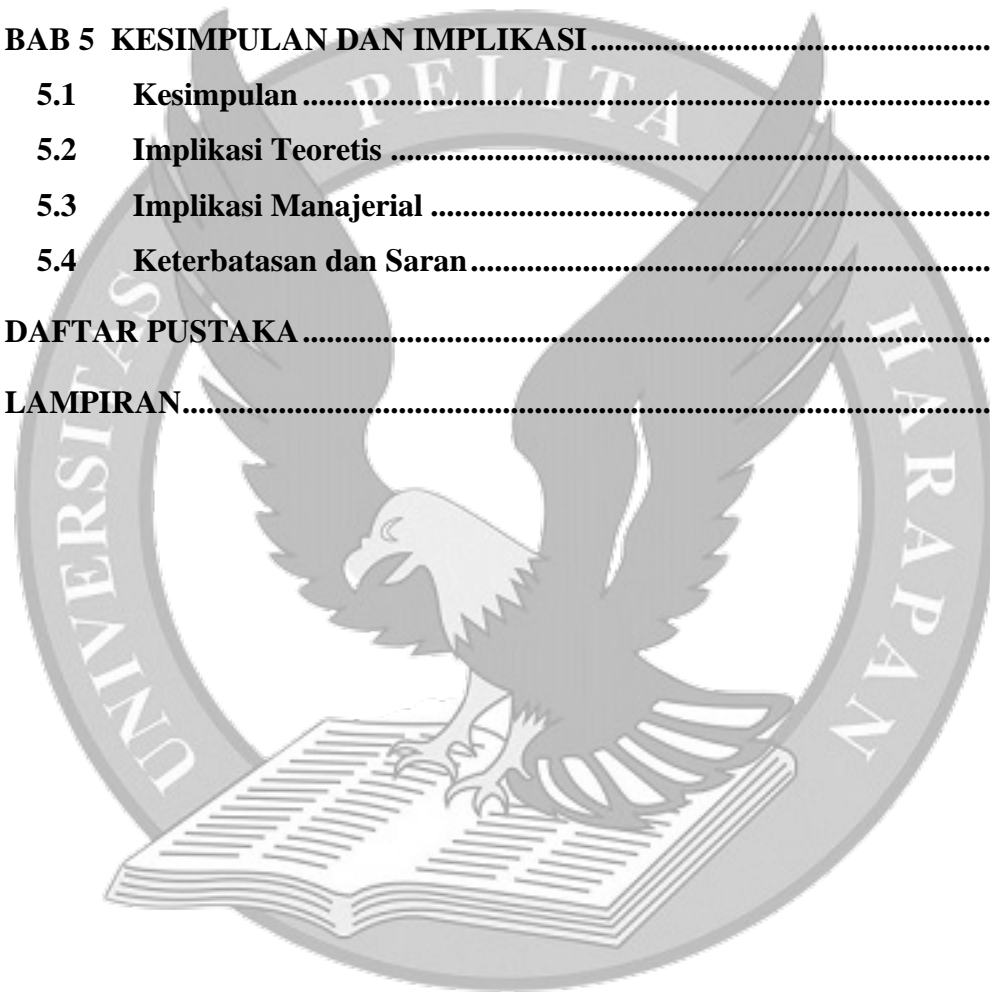
Jesslyn Thung

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.2 Manfaat Teoretis	9
1.4.3 Manfaat Praktis	9
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Landasan Teori	11
2.1.1 Kualitas Produk.....	11
2.1.2 Kewajaran Harga.....	13
2.1.3 Citra Merek	15
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	17
2.1.5 Loyalitas Pelanggan	19
2.2 Hubungan Antar Variabel	21
2.2.1 Hubungan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	21
2.2.2 Hubungan Kewajaran Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	22
2.2.3 Hubungan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	22
2.2.4 Hubungan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	23
2.3 Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Konseptual.....	23
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	25

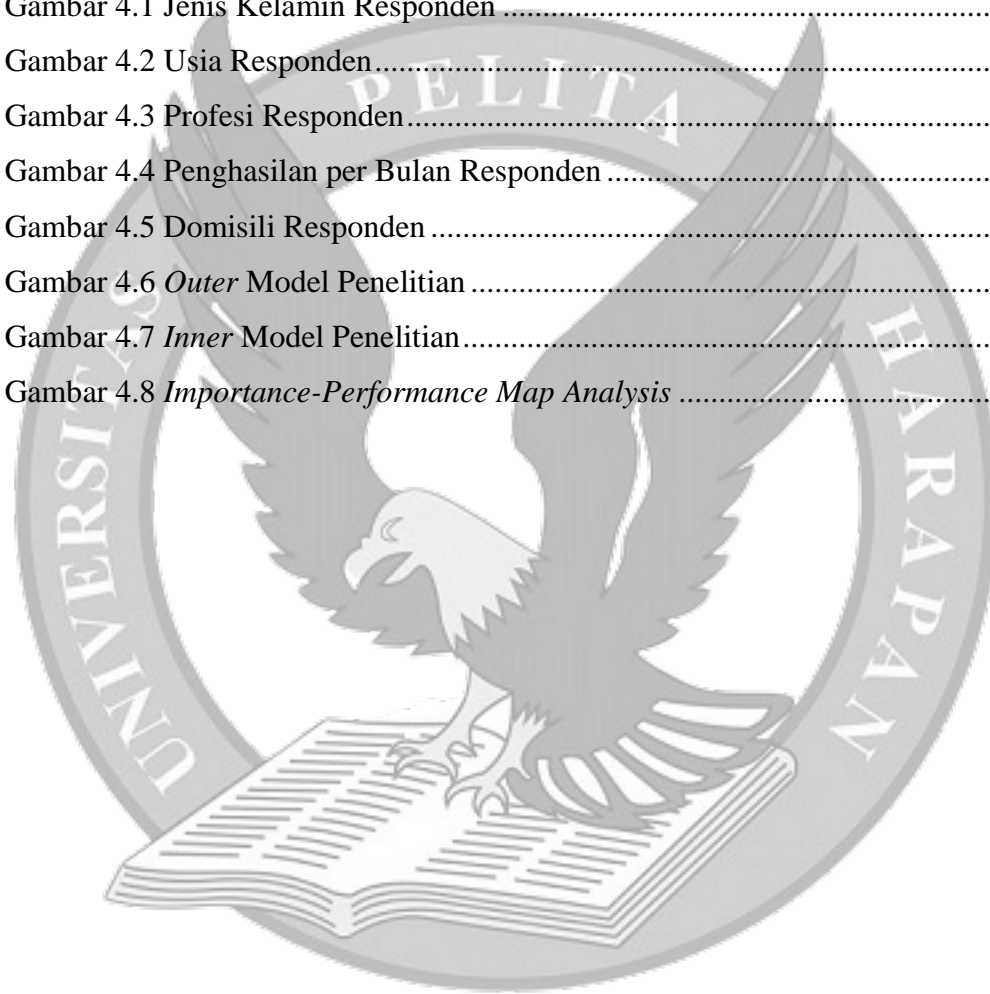
3.1	Objek dan Subjek Penelitian	25
3.2	Unit Analisis.....	25
3.3	Jenis Penelitian	25
3.4	Operasionalisasi Variabel Penelitian	26
3.5	Populasi dan Sampling	28
3.5.1	Penentuan Jumlah Sampel	28
3.5.2	Metode Penarikan Sampel	29
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	30
3.7.1	<i>Outer Model</i>	31
3.7.2	<i>Inner Model</i>	31
BAB 4	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
4.1.	Profil Responden	33
4.2.	Analisis Deskriptif Responden.....	36
4.2.1	Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	36
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel Kewajaran Harga.....	37
4.2.3	Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek	38
4.2.4	Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	39
4.2.5	Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan	40
4.3.	Analisis Inferensial.....	41
4.3.1	<i>Outer Model</i>	42
4.3.1.1	Validitas Konvergen	42
4.3.1.2	Validitas Diskriminan	45
4.3.1.3	Reliabilitas Konstruk.....	46
4.3.2	Model Struktural	47
4.3.2.1	Inner VIF.....	47
4.3.2.2	<i>Coefficient of Determinant (R²)</i>	48
4.3.2.3	<i>Predictive Relevance (Q²)</i>	49
4.3.2.4	PLS Predict	50
4.3.2.5	Uji Hipotesis	50
4.3.2.5.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	51

4.3.2.5.2 Pengaruh Kewajaran Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	52
4.3.2.5.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	52
4.3.2.5.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	53
4.3.2.6 <i>Importance-Performance Map Analysis</i> (IPMA)	54
4.3.2.7 <i>Model Fit</i>	55
4.4 Pembahasan	55
BAB 5 KESIMPULAN DAN IMPLIKASI	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Implikasi Teoretis	58
5.3 Implikasi Manajerial	59
5.4 Keterbatasan dan Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	65



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bahan pertimbangan dalam memilih restoran cepat saji yang paling sering dikunjungi.....	7
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	24
Gambar 3.1 Tabel Aturan Praktis Penentuan Jumlah Sampel	29
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden	33
Gambar 4.2 Usia Responden.....	33
Gambar 4.3 Profesi Responden.....	34
Gambar 4.4 Penghasilan per Bulan Responden	34
Gambar 4.5 Domisili Responden	35
Gambar 4.6 <i>Outer Model Penelitian</i>	42
Gambar 4.7 <i>Inner Model Penelitian</i>	47
Gambar 4.8 <i>Importance-Performance Map Analysis</i>	54



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pendapatan Industri Jasa Pangan di Negara Asian, 2015	1
Tabel 1.2 Perbandingan <i>Top Brand Index</i> KFC&McDonald's 2019-2021	4
Tabel 1.3 Perbandingan <i>Top Brand for Teens Index</i> KFC & McDonald's 2020-2021	4
Tabel 1.4 Hasil Penelitian oleh Djayapranata (2020)	5
Tabel 1.5 Laporan Keuangan PT Fast Food Indonesia Tbk.	8
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	26
Tabel 4.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk	36
Tabel 4.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kewajaran Harga	38
Tabel 4.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek.....	39
Tabel 4.4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan.....	40
Tabel 4.5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan	41
Tabel 4.6 <i>Outer Loading</i>	43
Tabel 4.7 <i>Average Variance Extracted</i>	44
Tabel 4.8 Hasil <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	45
Tabel 4.9 <i>Construct Reliability</i>	46
Tabel 4.10 <i>Inner VIF</i>	48
Tabel 4.11 Nilai <i>Coefficient of Determinant</i>	49
Tabel 4.12 Nilai <i>Predictive Relevance</i>	50
Tabel 4.13 Perbandingan Nilai RMSE.....	50
Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis	51
Tabel 4.15 Nilai <i>Goodness of Fit</i>	55