

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan nikmat dan kesehatan dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik untuk mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Manajemen di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya ini.

Penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan juga saran serta segala bentuk pengarahan 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 serta pembimbing akademik yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.
2. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I, M.M, CSMA, CDM selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah membantu dan membimbing saya selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Surabaya.
3. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I, M.M, CSMA, CDM selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu, membimbing, memberi perhatian, tenaga, serta memberikan dorongan kepada saya dari awal perkuliahan dan selama proses pengerjaan penelitian ini dari awal hingga selesai.
4. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M, CSMA, CDM, PMA selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu, membimbing, dan memberikan masukan-masukan, serta perhatian sehingga saya dapat menyelesaikan perkuliahan dan proses penelitian ini.
5. Charles Synarso selaku papa saya dan Chiau Winarto selaku mama saya yang senantiasa mendoakan, memberikan semangat serta dukungan, dan membantu dalam hal finansial sehingga penelitian ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.

6. Adik saya Cheryl Angelica Synarso yang telah mendukung dan menyemangati saya dalam mengerjakan tugas akhir kuliah saya.
7. Sahabat saya, Bryan Kevin Thiosyah dan Denny Chandra yang telah mendukung dalam banyak hal di kehidupan saya dan mendoakan saya setiap hari sampai saat ini, hingga pada akhirnya penelitian saya dapat selesai dengan tepat waktu.
8. Teman saya, Marcella Mitzy dan Nazareno Herlambang yang telah menyemangati dan membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya, terutama dalam perihal format sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan semestinya serta tepat waktu.
9. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan 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 penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Jakarta, 30 September 2022



(Christopher Steven Synarso)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Penelitian	10
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	13
1.5.1 Manfaat Teoritis	13
1.5.2 Manfaat Praktis	13
1.6 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	16
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 Customer Loyalty.....	16
2.1.2 Customer Satisfaction	18
2.1.3 Service Quality	19
2.1.4 Cleanness.....	21
2.1.5 Aesthetics	21
2.1.6 Cost	22
2.1.7 Social Enjoyment	24
2.2 Penelitian Terdahulu.	25
2.3 Pengembangan Hipotesis	28
2.3.1 Pengaruh Service Quality terhadap Customer Satisfaction.....	28

2.3.2	Pengaruh Cleanness terhadap Customer Satisfaction.....	29
2.3.3	Pengaruh Aesthetics terhadap Customer Satisfaction	30
2.3.4	Pengaruh Cost terhadap Customer Satisfaction	30
2.3.5	Pengaruh Social Enjoyment Terhadap Customer Satisfaction.....	31
2.3.6	Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty.....	31
2.4	Model Penelitian	32
2.5	Bagan Alur Berpikir.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		35
3.1	Jenis Penelitian dan Jenis Data	35
3.1.1	Jenis Penelitian.....	35
3.1.2	Jenis Data	35
3.2	Populasi dan Sampel	36
3.2.1	Populasi.....	36
3.2.2	Sampel.....	37
3.3	Metode Pengumpulan Data	38
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	41
3.5	Metode Analisis Data.....	44
3.5.1	Pengolahan Data.....	44
3.5.2	Pengujian Hipotesis.....	44
3.5.2.1	Uji Validitas	45
3.5.2.2	Uji Realibilitas	46
3.5.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	46
3.5.2.4	Analisis Linier Regresi Sederhana (Simple Regression)	50
3.5.2.5	Analisis Linier Regresi Berganda (Multiple Regression)	50
3.5.2.6	Koefisien Korelasi (R)	52
3.5.2.7	Koefisien Determinasi (R ²)	53
3.5.2.8	Uji F	54
3.5.2.9	Uji T	54
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		55
4.1	Gambaran Umum Grind and Pull Makassar	55
4.2	Analisis Data	55
4.2.1	Statistik Deskriptif	55
4.2.1.1	Karakteristik Responden	55
4.2.1.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	56

4.2.1.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.2.1.4	Tanggapan Responden	58
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel.....	67
4.2.2.1	Penjelasan Responden Terhadap Service Quality.....	67
4.2.2.2	Penjelasan Responden Terhadap Cleanness.....	69
4.2.2.3	Penjelasan Responden Terhadap Aesthetics	70
4.2.2.4	Penjelasan Responden Terhadap Cost	71
4.2.2.5	Penjelasan Responden Terhadap Social Enjoyment	73
4.2.2.6	Penjelasan Responden Terhadap Customer Satisfaction	74
4.2.2.7	Penjelasan Responden Terhadap Customer Loyalty.....	75
4.2.3	Uji Validitas	76
4.2.4	Uji Reliability.....	77
4.2.5	Pengujian Asumsi Klasik Regresi	78
4.2.5.1	Uji Normalitas	78
4.2.5.2	Uji Heterokedastisitas	80
4.2.5.3	Uji Asumsi Multikolinearitas	81
4.2.5.4	Uji Asumsi Linearitas	82
4.3	Model Analisis Statistik	83
4.3.1	Analisis Regresi	83
4.3.1.1	Analisis Regresi Sederhana.....	83
4.3.1.2	Analisis Regresi Berganda	84
4.3.2	Analisis Koefisien Korelasi.....	86
4.3.2.1	Analisis Koefisien Korelasi Sederhana.....	86
4.3.2.2	Analisis Koefisien Korelasi Berganda	86
4.3.2.3	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	86
4.4	Metode Pengujian Hipotesis	87
4.4.1	Uji Signifikan Simultan (Uji F)	87
4.4.2	Uji Signifikan Parsial (Uji t)	88
4.5	Pembahasan.....	90
BAB V KONKLUSI, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI		111
5.1	Simpulan	111
5.1.1	Simpulan Atas Hipotesis.....	112
5.1.1.1	Pengaruh Service Quality terhadap Customer Satisfaction.....	112
5.1.1.2	Pengaruh Cleanness terhadap Customer Satisfaction	112

5.1.1.3 Pengaruh Aesthetics terhadap Customer Satisfaction	113
5.1.1.4 Pengaruh Cost terhadap Customer Satisfaction	113
5.1.1.5 Pengaruh Social Enjoyment terhadap Customer Satisfaction	114
5.1.1.6 Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty.....	115
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	115
5.2 Implikasi.....	117
5.2.1 Implikasi Teoritis	117
5.2.2 Implikasi Manajerial	117
5.3 Rekomendasi	126
DAFTAR PUSTAKA.....	128



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Lokasi Cafe Grind and Pull Makassar.....	5
Gambar 1.2 Review Cafe Grind and Pull Makassar dari Google.....	6
Gambar 1.3 <i>Service Quality</i> dari Cafe Grind and Pull Makassar	6
Gambar 1.4 <i>Cleanness</i> dari Cafe Grind and Pull Makassar	7
Gambar 1.5 <i>Aesthetics</i> dari Cafe Grind and Pull Makassar	8
Gambar 1.6 Menu dan Review <i>Cost</i> yang baik Cafe Grind and Pull Makassar.....	9
Gambar 1.7 <i>Social Enjoyment</i> dari Cafe Grind and Pull Makassar.....	10
Gambar 2.1 Model Penelitian Jurnal Utama	26
Gambar 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu Jurnal Kedua	27
Gambar 2.3 Model Penelitian.....	32
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Usia	57
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Gambar 4.3 Scatterplot Uji Normalitas Customer Satisfaction.....	79
Gambar 4.4 Scatterplot Uji Normalitas Customer Loyalty	79
Gambar 4.5 Scatterplot Uji Hetero Kedastisitas <i>Customer Satisfaction</i>	80
Gambar 4.6 Scatterplot Uji Hetero Kedastisitas <i>Customer Loyalty</i>	80
Gambar 4.7 Hasil Penelitian.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Grind and Pull Café & Pesaing	3
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Jurnal Utama	26
Tabel 2.2 Hasil Penelitian Jurnal Kedua	28
Tabel 3.1 Desain Inti Kuesioner.....	40
Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	42
Tabel 3.3 Rules of Thumb Mengenai Ukuran Koefisien Determinasi	53
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel	59
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Loyalty</i>	59
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	60
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap <i>Service Quality</i>	62
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap <i>Cleanness</i>	63
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap <i>Aesthetics</i>	64
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap <i>Cost</i>	65
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap <i>Social Enjoyment</i>	66
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Service Quality</i>	67
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Cleanness</i>	69
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Aesthetics</i>	70
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Cost</i>	71
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Social Enjoyment</i>	73
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	74

Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Costumer Loyalty</i> ...	75
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Loyalty</i>	76
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	76
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Service Quality</i>	76
Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Social Enjoyment</i>	77
Tabel 4.22 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Cleanness</i>	77
Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Aesthetics</i>	77
Tabel 4.24 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Cost</i>	77
Tabel 4.25 Uji Reliabilitas	78
Tabel 4.26 Uji Kolmogorov Smirnov (K-S)	78
Tabel 4.27 Spearman Test Correlation.....	81
Tabel 4.28 Nilai Tolerance dan VIF.....	81
Tabel 4.29 Hasil uji Linearitas	82
Tabel 4.30 Hasil Uji Regresi Sederhana (CS*CL).....	83
Tabel 4.31 Hasil Uji Regresi Berganda (SQ, CE, AES, CO, SE * CS)	84
Tabel 4.32 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 (R^2)	87
Tabel 4.33 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 (R^2)	87
Tabel 4.34 Hasil Uji F.....	87
Tabel 4.35 Hasil Uji T.....	88
Tabel 4.36 Indikator Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	97
Tabel 4.37 Indikator Variabel <i>Cleanness</i>	99
Tabel 4.38 Indikator Variabel <i>Cost</i>	100
Tabel 4.39 Indikator Variabel <i>Aesthetics</i>	102
Tabel 4.40 Indikator Variabel <i>Social Enjoyment</i>	104

Tabel 4.41 Indikator Variabel <i>Service Quality</i>	105
Tabel 4.42 Indikator Variabel <i>Customer Loyalty</i>	108
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis	117
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial	123



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUESIONER	A-1
LAMPIRAN B: TABULASI DATA KUESIONER	B-1
LAMPIRAN C: HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF	C-1
LAMPIRAN D: HASIL TURNITIN	D-1

