

KATA PENGANTAR

Salam Sejahtera,

Pertama-tama saya selaku penulis hendak mengucapkan puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa yang senantiasa memberikan hikmat, rahmat, ke bijaksanaan 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 Dua 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 ingin mengucapkan rasa 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 *Dean of Surabaya Campus* yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan saya selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.
- 2) Bapak Dr. Yanuar Dananjaya, B.Sc, M.Sc, selaku kepala program studi manajemen yang membantu banyak hal dalam kehidupan

perkuliahan saya selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.

- 3) Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M, CSMA, CDM, PMA, selaku dosen pembimbing pertama yang telah membantu, membimbing, memberikan saran, dan pengertian, tenaga, serta semangat yang tidak pernah berhenti dari awal hingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
- 4) Ibu Dr. Amelia, S.E., RFP-I, M.M, CSMA, CDM selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan seluruh perhatian, waktu, dan tenaga serta kesabaran yang tidak ternilai, serta memberikan dorongan semangat yang mendukung dan memberikan kritik saran yang membangun kepada saya sedari awal hingga penelitian ini dapat terselesaikan.
- 5) 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.
- 6) Dr. Yolanda Soediby, S.T., M.M., selaku dosen penguji kedua yang turut memberikan berbagai masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.
- 7) Keluarga saya, Mama, Papa, Adik serta keluarga besar lainnya yang senantiasa mendoakan, memberikan dukungan baik secara tenaga dan waktu, dukungan yang luar biasa dalam menyelesaikan penelitian ini.

8) 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 dukungan, kebaikan, dan semangat dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekaligus. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat terutama untuk diri pribadi serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topic yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat bagi penyempurnaan yang selanjutnya.

Surabaya, 5 Januari 2023

(Armando Dasilva Wonua)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
Penyataan dan Persetujuan Unggah Tugas Akhir	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
Kata Pengantar	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
LAMPIRAN	xvi
BAB 1	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Batasan Penelitian.....	17
1.3 Rumusan Masalah.....	17
1.4 Tujuan Penelitian.....	18
1.5 Manfaat Penelitian.....	19
1.6 Sistematika Penulisan	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	22
2.1 Tinjauan Teori.....	22
2.1.1 <i>Service Output Quality</i>	22

2.1.2 <i>Quality Of Staff</i>	24
2.1.3	24
2.1.4	26
2.1.5 <i>Customer Satisfaction</i>	28
2.1.6 <i>Customer Loyalty</i>	31
2.2 Penelitian Terdahulu.....	35
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	36
2.3.1 Pengaruh service output quality terhadap customer loyalty.....	36
2.3.2 Pengaruh service output quality terhadap <i>customer satisfaction</i>	36
2.3.3 Pengaruh quality of staff terhadap customer loyalty	37
2.3.4 Pengaruh <i>quality of staff terhadap customer satisfaction</i>	37
2.3.5 Pengaruh <i>terhadap customer satisfaction</i>	39
2.3.6 Pengaruh <i>terhadap customer loyalty</i>	40
2.3.7 Pengaruh <i>terhadap customer satisfaction</i>	41
2.3.8 Pengaruh <i>terhadap customer loyalty</i>	41
2.3.9 Pengaruh <i>customer satisfaction</i> terhadap customer loyalty	41
2.4 Model Penelitian Terdahulu	49
2.5 Bagan Alur Berpikir.....	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	45
3.1 Jenis Penelitian.....	45
3.2 Populasi dan Sampel.....	45
3.2.1 Populasi.....	45
3.2.2 Sampel.....	46

3.3 Metode Pengumpulan Data.....	47
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	49
3.5 Metode Analisis Data.....	51
3.5.1 Uji Reliabilitas.....	61
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Gambaran umum.....	62
4.2 Analisis Data.....	65
4.2.1 Deskripsi Profil Responden.....	65
4.2.1.1 Karakteristik Responden.....	65
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	66
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
4.2.1.4 Tanggapan Responden.....	68
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	77
4.2.2.1 Penjelasan Responden Terhadap Service output quality.....	77
4.2.2.2 Penjelasan Responden Terhadap Quality of staff.....	80
4.2.2.3 Penjelasan Responden Terhadap Corporate Image.....	82
4.2.2.4 Penjelasan Responden Terhadap Perceived Price.....	86
4.2.2.5 Penjelasan Responden Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	88
4.2.2.6 Penjelasan Responden Terhadap Customer Loyalty.....	89
4.2.3 Hasil pengujian Kualitas Data.....	90
4.2.3.1 Evaluasi Normalitas Data.....	92
4.2.3.2 Evaluasi Outliers.....	94
4.2.3.3 Univariate Outliers.....	94

4.2.3.4 Multivariate Outliers.....	96
4.3 Evaluasi Multicollinearity dan singularity.....	99
4.3.1 Analisis Faktor Konfirmatori.....	99
4.3.2 Analisis factor konfirmatori Variabel Eksogen.....	100
4.3.3 Analisis factor konfirmatori Variabel endogen.....	102
4.3.4 Analisis <i>Full Structural Equation Modelling</i>	103
4.3.5 Uji Reliability.....	106
4.3.6 Hasil Pengujian Hipotesis.....	107
4.4 Pembahasan.....	113
BAB V SIMPULAN.....	130
5.1 Simpulan.....	130
5.1.1 Simpulan atas hipotesis.....	131
5.1.1.1 Pengaruh Service output quality terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	131
5.1.1.2 Pengaruh Quality of staff terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	132
5.1.1.3 Pengaruh Corporate Image terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	134
5.1.1.4 Pengaruh Perceived Price terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	135
5.1.1.5 Pengaruh Service output quality terhadap Customer Loyalty.....	136
5.1.1.6 Pengaruh Quality of staff terhadap Customer Loyalty.....	138
5.1.1.7 Pengaruh Corporate Image terhadap Customer Loyalty.....	139
5.1.1.8 Pengaruh Perceived Price terhadap Customer Loyalty.....	141
5.1.1.9 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap Customer Loyalty.....	142
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	143
5.2 Implikasi.....	145

5.2.1	Implikasi Teoritis.....	145
5.2.2	Implikasi Manajerial.....	146
5.3	Rekomendasi.....	153
DAFTAR PUSTAKA.....		155

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tren Data Penjualan Mobil di Indonesia	2
Gambar 1.2 Penjualan Mobil Domestik tahun 2021.....	2
Gambar 1.3 Sebaran Geografi kursus mengemudi mobil di Surabaya.....	5
Gambar 1.4 Logo Kursus Mengemudi Mobil Nyetirkuy.....	6
Gambar 1.5 Jenis kendaraan kursus mengemudi Nyetirkuy	7
Gambar 1.6 Tim kursus mengemudi Nyetirkuy	7
Gambar 1.7 Rating Google dan daftar pesaing Nyetirkuy di Surabaya.....	8
Gambar 1.8 Komentar Pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan Nyetirkuy	8
Gambar 1.9 Jenis paket yang ditawarkan di kursus mengemudi Nyetirkuy	10
Gambar 1.10 Respon cepat Staff Nyetirkuy melalui aplikasi chat.....	12
Gambar 1.11 Iklan layanan kursus mengemudi di Surabaya	14
Gambar 1.12 Promosi harga murah oleh Nyetirkuy.....	15
Gambar 2.1 Model Penelitian Terdahulu.....	43
Gambar 2.2 Analisis Jalur Hubungan Brand Image Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Value dan Customer Retention.....	43
Gambar 3.1 Diagram Alur Kerangka Pemikiran Teoritis	55
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	66
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Gambar 4.3 Konfirmatori Analisis Service output quality, Quality of staff, Corporate Image, Perceived Price, <i>Customer Satisfaction</i> dan Customer Loyalty	101

Gambar 4.4 Konfirmatori Analisis Satisfaction dan Loyalty.....	103
Gambar 4.5 Full Stuctural Equation Model	105
Gambar 4.6 Hasil Penelitian.....	113

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Pesaing Kursus Mengemudi di Surabaya	4
Tabel 3.1 Desain Inti Kuisisioner.....	48
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	49
Tabel 3.3 Keterangan Indikator Konstruk.....	53
Tabel 3.4 Keterangan Hubungan Konstruk.....	56
Tabel 3.5 Hasil Konversi ke dalam Persamaan Model Pengukuran Konstruk Eksogen	48
Tabel 3.6 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model	48
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	66
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Indikator	66
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Service output quality	69
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Quality of staff.....	71
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Corporate Image	72
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Perceived Price	74
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	75
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Customer Loyalty	77
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Service output quality.....	78
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Quality of staff	80

Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Corporate Image..	82
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Perceived Price....	86
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	88
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Customer Loyalty	89
Tabel 4.16 Goodness of Fit Index.....	92
Tabel 4.17 Data Uji Normalitas.....	93
Tabel 4.18 Statistik Descriptive Z-score.....	95
Tabel 4.19 Mahalanobis Distance.....	97
Tabel 4.20 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading Service output quality, Quality of staff, Corporate Image, Perceived Price.....	102
Tabel 4.21 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading Satisfaction dan Loyalty .	104
Tabel 4.22 Index Uji Kelayakan Model.....	106
Tabel 4.23 Full Structural Equation Model Regression Weight	106
Tabel 4.24 Hasil Uji Reliabilitas Konstruk	108
Tabel 4.25 Hasil Uji Hipotesis	109
Tabel 4.26 Indikator Variabel Service Output Quality	119
Tabel 4.27 Indikator Variabel Quality of staff.....	122
Tabel 4.28 Indikator Variabel Corporate Image.....	124

Tabel 4.29 Indikator Variabel Perceived Price.....	126
Tabel 4.30 Indikator Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	127
Tabel 4.31 Indikator Variabel Customer Loyalty.....	128
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis	146
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial.....	151

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUISIONER.....	A-1
----------------------------	-----