

PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN
REPURCHASE INTENTION PADA
ONE EIGHTEENTH COFFEE
DI SURABAYA



OLEH:
PRATAMA GUSMARALDY PUTRA
3103016251

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2020

PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN
REPURCHASE INTENTION PADA
ONE EIGHTEENTH COFFEE
DI SURABAYA

SKRIPSI
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH:
PRATAMA GUSMARALDY PUTRA
3103016251

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2020

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH PRODUCT QUALITY DAN SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN REPURCHASE INTENTION PADA ONE EIGHTEENTH COFFEE DI SURABAYA

Oleh:
PRATAMA GUSMARALDY PUTRA
3103016251

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I



Dr. Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS.
NIDN: 0001065703
Tanggal: 27 November 2020

Pembimbing II



Deatri Arumsari Agung, SE., M.Sc.
NIDN: 0714128703
Tanggal: 27 November 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Pratama Gusmaraldy Putra NRP : 3103016251 telah diuji pada tanggal 11 Januari 2021 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji



Dr. Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS.

NIDN. 0001065703

Mengetahui :

Dekan,



Dr. Ludovicus Lasdi, MM., Ak., AC., CPA.
NIDN: 0713097203

Ketua Jurusan,



Digitally signed by Robertus
Sigit H.L. SE., M.Sc
DN: C=ID,
OU=Management
Department, O=Widya
Mandala Catholic University
Surabaya, CN="Robertus
Sigit H.L. SE., M.Sc",
E=hod-manage@ukwms.ac
.id
Reason: I am approving this
document
Location: Surabaya
Date: 2021-01-20 14:59:21

Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc.

NIDN: 0703087902

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya :

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Pratama Gusmaraldy Putra

NRP : 3103016251

Judul Skripsi : Pengaruh *Product Quality* dan *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Repurchase Intention* pada One Eighteenth Coffee di Surabaya.

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 04 Desember 2020

Yang Menyatakan



(Pratama Gusmaraldy Putra)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas semua rahmat dan anugerah yang telah dilimpahkan-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Product Quality* dan *Service Quality* Terhadap *Customer Satisfaction* dan *Repurchase Intention One Eighteenth Coffee* di Surabaya” ini dengan baik. Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada masa kuliah dan meraih Gelar Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Skripsi ini juga dapat terselesaikan berkat dukungan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam penyusunan proses skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini yakni kepada:

1. Allah SWT karena telah memberikan kelancaran penulis dalam mengerjakan skripsi.
2. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, M.M., AK., CA., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Ibu Dr. Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS. selaku dosen pembimbing pertama yang telah menyediakan waktu untuk memberikan bimbingan, dan mengarahkan penulis dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
5. Ibu Deatri Arumsari Agung, SE., M.Sc. selaku dosen pembimbing kedua yang telah senantiasa membantu, membimbing, dan memberi pengarahannya dengan baik dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
6. Dr. Margaretha Ardhanari SE., M.Si. selaku dosen wali yang telah membimbing penulis dari semester awal hingga akhir dalam menempu mata kuliah.
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen, khususnya dosen rumpun Manajemen Pemasaran yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
8. Ibu serta keluarga penulis yang telah memberikan dukungan, doa, dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir.

9. Dinar Mutiara Kuswandari yang selalu mendukung, membantu, mendoakan dan memberikan semangat selama penulisan tugas akhir skripsi kepada penulis.
10. Gerald Edo Athalarik, selaku teman selama masa bimbingan skripsi yang selalu siap membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Teman-teman Keluarga Beringin dan Srikintil Seduluran serta teman-teman lainnya yang sudah membantu dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir.
12. Teman – teman asisten laboratorium Pusat Riset Bisnis yang telah membantu dalam proses pengerjaan skripsi ini.
13. Para responden yang sudah berkenan membantu mengisi kuesioner.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas doa, dukungan, tenaga, waktu, perhatian, dan kritik yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang ada pada penulisan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, penulis menerima segala saran dan kritik yang membangun agar kekurangan di penelitian ini dapat menjadi dasar untuk penyempurnaan pada penelitian – penelitian di masa yang akan datang. Akhir kata dengan segala hormat dan kerendahan hati, besar harapan penulis agar skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi para pembaca dalam membantu pengembangan dalam ilmu pengetahuan. Terima kasih.

Surabaya, 27 November 2020



Pratama Gusmaraldy Putra

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 <i>Product Quality</i>	8
2.1.2 <i>Service Quality</i>	9
2.1.3 <i>Customer Satisfaction</i>	10
2.1.4 <i>Repurchase Intention</i>	11
2.2 Penelitian Terdahulu	12
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	13
2.3.1 <i>Product Quality</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ..	13
2.3.2 <i>Service Quality</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ..	14
2.3.3 <i>Customer Satisfaction</i> berpengaruh terhadap <i>Rrepurchase Intention</i>	15
2.3.4 <i>Product Quality</i> berpengaruh terhadap <i>Repurchase Intention</i> ..	16
2.3.5 <i>Service Quality</i> berpengaruh terhadap <i>Repurchase Intention</i> ...	16

2.4	Model Penelitian	17
BAB 3 METODE PENELITIAN		18
3.1	Desain Penelitian.....	18
3.2	Identifikasi Variabel, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel	18
3.2.1	Identifikasi Variabel	18
3.2.2	Definisi Operasional Variabel	19
3.2.3	Pengukuran Variabel.....	20
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	21
3.4	Metode Pengumpulan Data	21
3.5	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	21
3.6	Analisis Data	22
3.6.1	Uji Validitas	23
3.6.2	Uji Reliabilitas	23
3.6.3	Uji Normalitas.....	23
3.6.4	Uji Kecocokan Keseluruhan Model	24
3.6.5	Uji Kecocokan Model Struktural	25
3.6.6	Uji Hipotesis.....	26
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		27
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	27
4.1.1	Jenis Kelamin.....	27
4.1.2	Usia.....	27
4.1.3	Profesi.....	28
4.1.4	Domisili	29
4.1.5	Pernah Mengunjungi, Membeli, dan Menggunakan Produk Minimal 2 Kali dalam 1 Tahun Terakhir	29
4.2	Deskripsi Data.....	29
4.2.1	Statistik Deskriptif Variabel <i>Product Quality</i>	30
4.2.2	Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i>	31
4.2.3	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	31
4.2.4	Statistik Deskriptif Variabel <i>Repurchase Intention</i>	32
4.3	Hasil Analisis Data.....	33
4.3.1	Uji Normalitas Data.....	33

4.3.2	Uji Validitas	34
4.3.3	Uji Reliabilitas	35
4.3.4	Uji Kecocokan Keseluruhan Model	35
4.3.5	Uji Kecocokan Model Struktural	36
4.3.6	Uji Hipotesis.....	37
4.4	Pembahasan	38
4.4.1	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	38
4.4.2	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	39
4.4.3	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	39
4.4.4	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	40
4.4.5	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	41
BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN.....		42
5.1	Simpulan	42
5.2	Keterbatasan	43
5.3	Saran	43
5.3.1	Saran Akademis.....	43
5.3.2	Saran Praktis	43
DAFTAR PUSTAKA		45
LAMPIRAN		42

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Saat Ini.	13
Tabel 3. 1 Goodness of Fit.....	25
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin	27
Tabel 4. 2 Usia	27
Tabel 4. 3 Profesi.....	28
Tabel 4. 4 Skor Rata-Rata Variabel Penelitian	29
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Variabel Product Quality	30
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Variabel Service Quality	31
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Variabel Customer Satisfaction	31
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Variabel Repurchase Intention.....	32
Tabel 4. 9 Univariate Normality	33
Tabel 4. 10 Multivariate Normality	34
Tabel 4. 11 Uji Validitas.....	34
Tabel 4. 12 Uji Reliabilitas	35
Tabel 4. 13 Uji Kecocokan Keseluruhan Model	35
Tabel 4. 14 Uji Kecocokan Model Struktural.....	36
Tabel 4. 15 Uji Hipotesis	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	17
---	-----------

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Karakteristik Responden
Lampiran 3	Hasil Kuesioner
Lampiran 4	OUTPUT SPSS Karakteristik Responden
Lampiran 5	Uji Normalitas
Lampiran 6	OUTPUT SEM
Lampiran 7	Path Diagram Estimates, Standardized Solution, dan T-Value
Lampiran 8	Uji Reliabilitas

ABSTRAK

Berkembangnya jumlah penduduk yang diikuti dengan gaya hidup masyarakat yang semakin modern, menyebabkan sektor kuliner Indonesia tumbuh sebanyak 12,7%. Seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat perkotaan, tren pertumbuhan kafe berbasis kopi mencapai 20 persen, khususnya di Kota Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh *product quality* dan *service quality* terhadap *customer satisfaction* dan *repurchase intention* pada *One Eighteenth Coffee* di Surabaya.

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan desain penelitian kausal. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 150 orang yang diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Alat yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah *Structural Equations Modelling* dengan menggunakan aplikasi LISREL.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*, *product quality* tidak berpengaruh terhadap *repurchase intention*, dan *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*.

Kata Kunci: *Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction, Repurchase Intention.*

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND SERVICE QUALITY ON
CUSTOMER SATISFACTION AND REPURCHASE INTENTION
IN ONE EIGHTEENTH COFFEE IN SURABAYA***

ABSTRACT

The growth of the population, followed by an increasingly modern lifestyle, has caused the Indonesian culinary sector to grow by 12.7%. In line with changes in the lifestyle of urban communities, the trend of coffee-based cafe growth has reached 20 percent, especially in the city of Surabaya. This study aims to examine the effect of product quality and service quality on customer satisfaction and repurchase intention at One Eighteenth Coffee in Surabaya.

In this study, the type of research used is quantitative research using a causal research design. The number of samples in this study were 150 people who were taken using purposive sampling technique. The tool used is a questionnaire. The data analysis technique in this research is Structural Equations Modeling using the LISREL application.

The results of this study indicate that product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, customer satisfaction has a positive and significant effect on repurchase intention, product quality has no effect on repurchase intention, and service quality has a positive and significant effect towards repurchase intention.

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction, Repurchase Intention.*