

**PENGARUH *PRICE PROMOTION*, *FOOD QUALITY*,
DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER
LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*
DI BURGER KING TUNJUNGAN PLAZA
SURABAYA**



**OLEH:
OKTAVIANUS HARTONO
3103014092**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2018**

HALAMAN JUDUL

PENGARUH *PRICE PROMOTION, FOOD QUALITY, DAN SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* DI BURGER KING TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

SKRIPSI

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

Oleh:

OKTAVIANUS HARTONO

3103014092

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2018

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *PRICE PROMOTION*, *FOOD QUALITY*, DAN
SERVICE QUALITY TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* DI BURGER
KING TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

Oleh:

OKTAVIANUS HARTONO

3103014092

Telah disetujui dan diterima dengan baik
untuk diajukan kepada Tim Penguji

Dosen Pembimbing I,



Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP)
NIK. 311.89.0163
Tanggal: 29.6.2018

Dosen Pembimbing II,

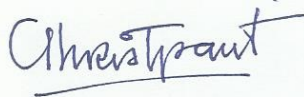


Monica Ajeng Erwita, S.Sos., MM
NIK. 311.13.0754
Tanggal: 6/7/2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Oktavianus Hartono, NRP 3103014092 telah diuji pada tanggal 19 Juli 2018 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji



Dr. Christina Esti Susanti, S.E., M.M., CPM (AP)

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA.
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H, S.E., M.Sc
NIK. 311.11.0678

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 : Oktavianus Hartono
NRP : 3103014092
Judul Skripsi : Pengaruh *Price Promotion, Food Quality, dan Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* di Burger King Tunjungan Plaza Surabaya.

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula apabila karya tulis ini dipublikasikan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

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

Surabaya, 2018

Yang menyatakan,



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan kasih karunia-Nya, sehingga penyusunan tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulisan tugas akhir ini berjudul “Pengaruh *Price Promotion*, *Food Quality*, dan *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* di Burger King Tunjungan Plaza Surabaya”. Maksud dan tujuan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian penulisan tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., AK., CA. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H.L, SE., M.Sc Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP) selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing dan memberikan saran sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
4. Ibu Monica Ajeng Erwita, S.Sos., MM. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing dan memberikan saran sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
5. Segenap Dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan selama masa studi.

6. Orang tua dan saudara yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat dalam penyelesaian tugas akhir ini.
7. Keluarga Besar Rumpun Marketing Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya angkatan 2014.
8. Tim Asdos Pelatihan Alat Statistik yang banyak memberikan bantuan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
9. Pacar yang selalu menemani dan memberikan *support* dalam penulisan tugas akhir ini hingga selesai Maya Delbrina.
10. Sahabat dan teman-teman yang selalu memberikan dukungan Aaron Fega, Lily Lokito, Lisa Sutjonong, Laurensia Fanny dan masih banyak lagi.
11. Pihak-pihak yang berkepentingan yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu, terima kasih atas doa dan dukungannya.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, Oleh karena itu, kritik maupun saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

Surabaya, 2018

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKAAN.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 <i>Price Promotion</i>	12
2.2.2 <i>Food Quality</i>	16
2.2.3 <i>Service Quality</i>	18

2.2.4 <i>Customer Satisfaction</i>	23
2.2.5 <i>Customer Loyalty</i>	27
2.2.6 Pengaruh Antar Variabel Penelitian.....	30
2.3 Model Penelitian.....	31
2.4 Hipotesis.....	32
BAB 3 METODE PENELITIAN	33
3.1 Jenis Penelitian.....	33
3.2 Identifikasi Variabel.....	33
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	34
3.4 Pengukuran Variabel.....	37
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	38
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	38
3.7 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	39
3.8 Teknik Analisis Data.....	40
3.8.1 Uji Validitas.....	41
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	41
3.8.3 Uji Normalitas.....	42
3.8.4 Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	42
3.8.5 Uji Kecocokan Model Struktural.....	44
3.8.6 Uji Hipotesis.....	44
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Karakteristik Responden.....	45
4.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	47
4.3 Uji Asumsi <i>Structural Equation Modelling</i>	54
4.3.1 Pengujian Asumsi Normalitas.....	54
4.3.2 Uji Validitas.....	55
4.3.3 Uji Reliabilitas.....	57

4.3.4 Evaluasi Kecocokan Model Struktural.....	62
4.3.5 Uji Kecocokan Model.....	63
4.3.6 Pengujian Hipotesis.....	64
4.4 Pembahasan.....	66
4.4.1 Pengaruh <i>Price Promotion</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> di Burger King Tunjungan Plaza Surabaya.....	66
4.4.2 Pengaruh <i>Food Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> di Burger King Tunjungan Plaza Surabaya.....	67
4.4.3 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> di Burger King Tunjungan Plaza Surabaya.....	68
4.4.4 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> di Burger King Tunjungan Plaza Surabaya.....	70
4.4.5 Pengaruh <i>Price Promotion</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> di Burger King Tunjungan Plaza Surabaya.....	71
4.4.6 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> di Burger King Tunjungan Plaza Surabaya.....	72
4.4.7 Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> di Burger King Tunjungan Plaza Surabaya.....	73
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1 Simpulan.....	75
5.2 Saran.....	77
5.2.1 Saran Praktis.....	77
5.2.2 Saran Akademis.....	78

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Sekarang	11
Tabel 3.1 Uji Kecocokan Keseluruhan Model	44
Tabel 4.1 Usia	45
Tabel 4.2 Pernah datang dan mengkonsumsi produk minimal 1 kali dalam 1 bulan	45
Tabel 4.3 Pernah membeli lebih dari 1 macam varian produk.....	46
Tabel 4.4 Domisili	46
Tabel 4.5 Interval Penilaian.....	47
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Price Promotion</i>	48
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Food Quality</i>	49
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i>	50
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	51
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	53
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>	54
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	55
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas.....	56
Tabel 4.14 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> PP	58
Tabel 4.15 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> FQ	59
Tabel 4.16 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> SQ	60
Tabel 4.17 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> CS	60
Tabel 4.18 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> CL	61
Tabel 4.19 Pengujian Kecocokan Keseluruhan Model.....	63
Tabel 4.20 Pengujian Hipotesis	64

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Model Penelitian	31
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1 : Kuesioner
2. Lampiran 2 : Data Kuesioner
3. Lampiran 3 : Karakteristik Responden
4. Lampiran 4 : *Descriptive Statistic*
5. Lampiran 5 : Uji Normalitas
6. Lampiran 6 : Output SEM
7. Lampiran 7 : Path Diagram *Estimates*
8. Lampiran 7 : Path Diagram *Standardized Solution*
9. Lampiran 7 : Path Diagram *T-value*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *price promotion*, *food quality*, dan *service quality* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* di Burger King Tunjungan Plaza Surabaya.

Penelitian ini merupakan penelitian kausal. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebesar 150 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling* dengan program LISREL.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *price promotion*, *food quality*, dan *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *customer satisfaction* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*. *Price promotion*, *food quality*, dan *service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* di Burger King Tunjungan Plaza Surabaya.

Berdasarkan hasil tersebut, maka peneliti memberikan saran kepada pihak manajemen Burger King Tunjungan Plaza Surabaya untuk lebih memperhatikan aspek *price promotion* dan meningkatkan terus aspek *food quality* dan *service quality* untuk membuat pelanggan puas serta loyal terhadap produknya.

Kata Kunci: *Price Promotion, Food Quality, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of price promotion, food quality, and service quality to customer loyalty through customer satisfaction at Burger King Tunjungan Plaza Surabaya.

This research is a causal research. The sampling technique used is non-probability sampling by means of purposive sampling. The sample used is 150 respondents. The data analysis technique used is Structural Equation Modeling with LISREL program.

The results of this study indicate that price promotion, food quality, and service quality have a positive and significant impact on customer satisfaction, customer satisfaction has a positive and significant influence on customer loyalty. Price promotion, food quality, and service quality have a positive and significant influence on customer loyalty through customer satisfaction at Burger King Tunjungan Plaza Surabaya.

Based on these results, the researcher gives suggestions to the management of Burger King Tunjungan Plaza Surabaya to pay more attention to the price promotion aspect and to improve the food quality and service quality aspects to make the customers satisfied and loyal to their products.

Keywords: Price Promotion, Food Quality, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty