

PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PEPPER LUNCH TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA



**OLEH:
STEVANY ANGELITA SOFYAN
3103015094**

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

PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA *PEPPER LUNCH TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA*

SKRIPSI

Diajukan Kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

STEVANY ANGELITA SOFYAN

3103015094

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2018

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *SERVICE QUALITY AND PERCEIVED QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PEPPER LUNCH TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

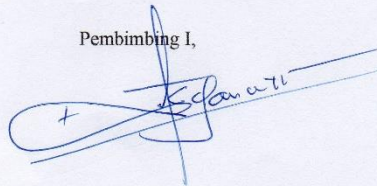
OLEH:

STEVANY ANGELITA SOFYAN

3103015094

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,

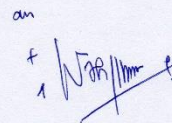


Dr. A.Y. Yan Wellyan Toni Putra, SE., M.Si.

NIK : 311.97.0285

Tanggal: 14 Januari 2019

Pembimbing II,



Julius Runtu, SS., M.Si.

NIK : 311.96.0246

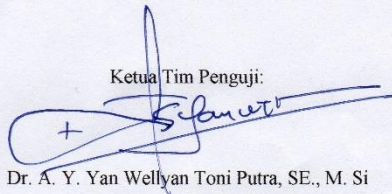
Tanggal: 14 Januari 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Stevany Angelita Sofyan, NRP 3103015094

Telah diuji pada tanggal 26 Januari 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:



Dr. A. Y. Yan Wellyan Toni Putra, SE., M. Si

NIK : 311.97.0285

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM, Ak.,CA.,CPAI.

NIK: 321.99.0370

Ketua Jurusan,



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

NIK: 311.11.0678

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

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

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Stevany Angelita Sofyan

NRP : 3103015094

Judul Skripsi : Pengaruh *Service Quality* dan *Perceived Quality* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* Pada Pepper Lunch Tunjungan Plaza 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, 14 Januari 2019

Yang menyatakan,


Stevany Angelita Sofyan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul: “Pengaruh *Service Quality* dan *Perceived Quality* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* Pada Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya. “. terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari peran, bantuan, bimbingan, dukungan dari berbagai pihak yang selalu setia dalam menemani penulis dalam keadaan apapun. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, M.M., Ak., C.A. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H. L., S.E., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak N. Agus Sunarjanto, SE., MM., selaku Dosen wali yang telah mendampingi penulis selama proses perkuliahan di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Bapak Dr. A.Y. Yan Wellyan Toni Putra, SE., M.Si, selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah membimbing dengan baik, meluangkan waktu, memberikan masukan serta saran dalam penulisan skripsi, dan mengarahkan penulis dari awal hingga akhir skripsi ini.
5. Bapak Julius Runtu, SS., M.Si, selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah membimbing dengan baik, meluangkan waktu dan saran perbaikan yang sangat bermanfaat untuk skripsi ini.
6. Bapak Drs. Ec. Siprianus S. Sina, MM, selaku Dosen Jurusan Manajemen Keuangan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya yang sangat berarti untuk membimbing penulis dengan berbagai masukan yang sangat penting bagi terselesaikannya skripsi ini.

7. Ibu Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM, selaku Dosen Jurusan Manajemen Falkutas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah membantu penulis dalam menempuh pelajaran statistika sehingga penulis dapat ke tahap skripsi dan saran yang sangat bermanfaat untuk proposal skripsi penulis saat menjadi reviewer.
8. Dosen di Falkutas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan segala ilmu yang bermanfaat selama saya menimba ilmu. Dosen-dosen yang sangat inspiratif khususnya para dosen dari rumpun pemasaran yang selalu berbagi ilmunya kepada kami di rumpun pemasaran.
9. Bapak dan Ibu dosen yang telah membimbing, berbagi, dan mengajarkan penulis segala ilmu pengetahuan selama perkuliahan di Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
10. Para Bapak dan Ibu Staff di Falkutas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah sabar memberikan bantuan dalam pengumpulan berkas-berkas skripsi dan saran dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.
11. Orang tua yang penulis sayangi yakni Papa terlebih lagi Mami yang selama ini telah memberikan dukungan material dan non material, semangat, motivasi, kesabaran dalam menemani penulis saat sering sakit, kesetiaan dalam menjaga penulis dari kecil hingga saat ini serta doa yang senantiasa dipanjatkan agar penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan baik, benar, tepat waktu dan masa depan yang baik.
12. Saudara kandung penulis yakni Ce Shirly yang selama ini menghibur di saat ada masalah, memberikan motivasi untuk hidup yang lebih baik lagi, membantu untuk mengembangkan wawasan, menjadi saudara yang baik.
13. David Setiawan Chandra, selaku rekan dalam kehidupan penulis yang selalu meluangkan waktunya, sabar menemani penulis, membantu dalam banyak hal selama perkuliahan hingga skripsi, memberikan motivasi, semangat, dukungan, dan doa agar penulis dapat menyelesaikan dengan baik, benar dan tepat waktu.
14. Aprilia Ertanto, selaku teman selama masa bimbingan skripsi yang mau meluangkan waktu, tenaga, pikiran dengan sangat sabar, baik, dan sangat tulus

dalam membantu penyelesaian tugas akhir penulis, penulis sangat berterima kasih atas kesediaanya dalam membimbing penulis hingga dapat menyelesaikan dengan tepat waktu.

15. Winda Sutrisna, selaku kakak kelas selama saya belajar di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang sabar membantu segala kesusahan dalam masa belajar dan menyelesaikan tugas akhir penulis sehingga dapat menyelesaikan dengan tepat waktu.
16. We Extraordinary, selaku teman dari awal masuk hingga akhir yang selalu bersama walaupun jarang untuk berkumpul, memberikan bantuan dalam segala hal khususnya untuk Lydia, Siska, dan Henry.
17. Teman-teman Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Jurusan Manajemen, Rumpun Marketing khususnya Felix Hari Santosa, Andy Putra, Michael Fendianto, Nandia Prabawati. Penulis menyampaikan terimakasih atas bantuan dan dukungan selama menyusun skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik dan tepat waktu.
18. Teman-teman Asisten Laboratorium Pusat Riset Bisnis khususnya untuk Brenda Savio dan Michelle Tjandra yang telah membantu penulis dalam pengolahan data.
19. Seluruh responden penelitian yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Khususnya Divfaelosius Group yang telah semangat berpartisipasi dalam pengisian kuesioner.
20. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang secara langsung maupun tidak langsung yang berperan dalam terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini merupakan babak baru perjalanan penulis. Penulis mengharapkan doa restu dari semua pihak dan penulis menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari hasil yang sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan penulis. Oleh sebab itu, penulis berharap adanya kritik, saran dan usulan demi perbaikan skripsi yang telah saya buat di masa yang akan datang, mengingat tidak ada sesuatu yang sempurna tanpa saran yang membangun.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati, besar harapan penulis agar skripsi ini dapat berguna dalam rangka menambah wawasan serta pengetahuan bagi kita. Semoga Tuhan YME melimpahi kita semua dengan Berkah dan Rahmat-Nya. Terima kasih.

Surabaya, 03 January 2019

Stevany Angelita Sofyan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 <i>Service Quality</i>	11
2.1.2 <i>Perceived Quality</i>	12
2.1.3 <i>Customer Satisfaction</i>	13
2.1.4 <i>Customer Loyalty</i>	15
2.1.5 Variabel Intervening	17
2.2 Hubungan Antar Variabel	17
2.2.1 Pengaruh <i>Service Quality</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	17
2.2.2 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	29
2.2.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> dengan <i>Customer Loyalty</i>	20
2.2.4 Pengaruh <i>Service Quality</i> dengan <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	21
2.2.5 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> dengan <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	22
2.3 Penelitian Terdahulu.....	22
2.3.1 Riswanto Budianto Jimanto dan Yohanes Sondang Kunto	22
2.3.2 Manisah Othman, Norazlina Kamarohim, Mohd Nizam	22
2.4 Hipotesis	24
2.5 Model Penelitian.....	24
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Desain Penelitian.....	25
3.2 Identifikasi Variabel.....	25
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	25

3.3.1	<i>Service Quality</i>	26
3.3.2	<i>Perceived Quality</i>	26
3.3.3	<i>Customer Satisfaction</i>	27
3.3.4	<i>Customer Loyalty</i>	27
3.4	Pengukuran Variabel	28
3.5	Jenis dan Sumber Data	28
3.5.1	Jenis Data	28
3.5.2	Sumber Data	28
3.6	Metode Pengumpula Data	29
3.7	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	29
3.7.1	Populasi	29
3.7.2	Sampel	29
3.7.3	Teknik Pengambilan <i>Sampling</i>	30
3.8	Analisis Data	30
3.8.1	Uji Normalitas	30
3.8.2	Uji Validitas	31
3.8.3	Uji Reliabilitas	32
3.8.4	Uji Kecocokan Keseluruhan Model	33
3.8.5	Uji Kecocokan Model Struktural	33
3.8.6	Uji Hipotesis	33
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN		35
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	35
4.2	Deskripsi Data	35
4.2.1	Persyaratan Responden	35
4.2.2	Karakteristik Responden	35
4.2.3	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	37
4.3	Hasil Analisis Data	42
4.3.1	Uji Normalitas	42
4.3.2	Uji Validitas	43
4.3.3	Uji Reliabilitas	44
4.3.4	Uji Kecocokan Keseluruhan Model	47
4.3.5	Uji Kecocokan Model Struktural	48
4.3.6	Uji Hipotesis	49
4.4	Pembahasan	50
4.4.1	Pengaruh <i>Service Quality</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	50
4.4.2	Pengaruh <i>Perceived Quality</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	52
4.4.3	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> dengan <i>Customer Loyalty</i>	53
4.4.4	Pengaruh <i>Service Quality</i> dengan <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	54
4.4.5	Pengaruh <i>Perceived Quality</i> dengan <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	55
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN		57
5.1	Simpulan	57
5.2	Saran	58
5.2.1	Saran Akademis	58
5.2.2	Saran Praktis	59

DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pertumbuhan Jumlah Penduduk Surabaya	1
Tabel 1.2 Jumlah Restoran atau Rumah Makan di Beberapa Provinsi Jawa Timur.....	1
Tabel 2.1 Penelitian Terdaulu	23
Tabel 3.1 Uji Kecocokan Keseluruhan Model	33
Tabel 4.1 Persyaratan Responden Berdasarkan Memiliki Member	35
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Kunjungan.....	36
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	37
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	37
Tabel 4.6 Interval Rata-rata Skor	38
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i>	38
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Quality</i>	40
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	41
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	41
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>	42
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	43
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas	44
Tabel 4.14 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability Service Qaulity</i>	45
Tabel 4.15 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability Perceived Quality</i>	46
Tabel 4.16 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability Customer Satisfaction</i>	46
Tabel 4.17 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability Customer Loyalty</i>	47
Tabel 4.18 Uji Kecocokan Keseluruhan Model	47
Tabel 4.19 Hasil <i>Direct Effect</i> dan <i>Indirect Effect</i>	49
Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Penelitian	24
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. : Kuesioner Responden
- Lampiran 2. : Hasil Kuesioner Responden
- Lampiran 3. : Hasil Persyaratan Responden
- Lampiran 4. : Hasil Karakteristik Responden
- Lampiran 5. : Hasil Statistik Deskriptif
- Lampiran 6. : Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 7. : Hasil Output SEM
- Lampiran 8. : Gambar
- Lampiran 8.1 : *Path Diagram* (t-values)
- Lampiran 8.2 : *Path Diagram* (*Standardized Loading* atau *Standardized Solution*)
- Lampiran 8.3 : *Path Diagram* (*Unstandardized Loading* atau *Estimates*)

ABSTRAK

Bisnis restaurant saat ini sedang meningkat dipasaran. Para pemilik usaha harus dapat mempertahankan pangsa pasarnya. Restoran harus menciptakan konsep yang berbeda untuk menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Restoran Pepper Lunch merupakan salah satu restoran cepat saji yang dapat menarik banyak konsumen di Indonesia bukan hanya dapat menarik melainkan Pepper Lunch mampu mempertahankan konsumen sejak awal 2006 hingga sekarang Pepper Lunch masih banyak kita jumpai di mal-mal Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat pengaruh *service quality* dan *perceived quality* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 150 responden yang pernah melakukan transaksi pembelian dan mempunyai atau tidaknya member yang berkerja sama dengan Pepper Lunch. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan diolah menggunakan teknik *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat analisis Lisrel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Service Quality* memiliki pengaruh negatif terhadap *Customer Satisfaction*, *Perceived Quality* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*, *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Loyalty*, *Service Quality* memiliki pengaruh negatif terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction*, dan *Perceived Quality* memiliki pengaruh negatif terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya.

Kata Kunci: *Service Quality*, *Perceived Quality*, *Customer Satisfaction*, and *Customer Loyalty*.

***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PERCEIVED QUALITY ON
CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION IN
PEPPER LUNCH TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA***

ABSTRACT

The restaurant business is currently increasing in the market. Business owners must be able to maintain their market share. Restaurants must create different concepts to attract consumers to make purchases. Restaurant Pepper Lunch is one of the fast food restaurants that can attract a lot of consumers in Indonesia. Pepper Lunch can not only be attractive but also able to retain consumers. Since the beginning of 2006 until now we still find Pepper Lunch in many malls in Indonesia.

This study aims to measure the level of influence of service quality and perceived quality on customer loyalty through customer satisfaction at Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya. The sample used in this study amounted to 150 respondents who had made a purchase transaction and who had or who did not have members who worked with Pepper Lunch. Data are collected by using questionnaires and processed by using Structural Equation Model (SEM) techniques with Lisrel analysis tools.

The results of this study indicate that Service Quality has a negative influence on Customer Satisfaction, Perceived Quality has a positive influence on Customer Satisfaction, Customer Satisfaction has a positive influence on Customer Loyalty, Service Quality has a negative influence on Customer Loyalty through Customer Satisfaction, and Perceived Quality has a negative influence on Customer Loyalty through Customer Satisfaction at Pepper Lunch Tunjungan Plaza Surabaya.

Keywords: Service Quality, Perceived Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty.