

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *PERCEIVED VALUE*
TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* MELALUI
CUSTOMER SATISFACTION PADA
FAVE HOTEL DI SURABAYA**



OLEH:

RICKY FEBRIAN SOEGIANTO

3103013254

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2017

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *PERCEIVED VALUE*
TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* MELALUI
CUSTOMER SATISFACTION PADA
FAVE HOTEL DI SURABAYA**

SKRIPSI

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

**OLEH:
RICKY FEBRIAN SOEGIANTO
3103013254**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2017**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *PERCEIVED VALUE*
TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* MELALUI *CUSTOMER*
SATISFACTION PADA FAVE HOTEL DI SURABAYA**

OLEH:

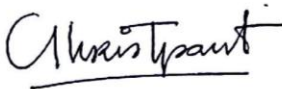
RICKY FEBRIAN SOEGIANTO

3103013254

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM(AP)
NIK. 311.89.0163
Tanggal: 11.1.2017

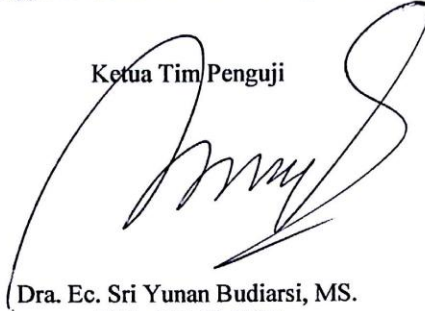


Hendro Susanto, SE., MM.
NIK. 311.99.0365
Tanggal: 11.1.2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Ricky Febrian Soegianto NRP 3103013254
Telah diuji pada tanggal 24 Januari 2017 dan dinyatakan LULUS oleh:

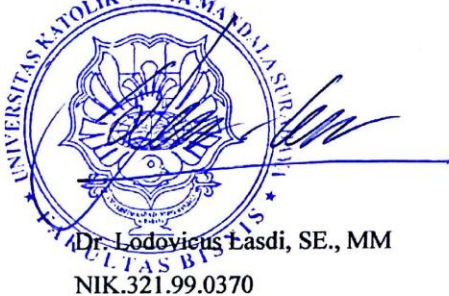
Ketua Tim Penguji



Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS.
NIK: 311.83.0099

Mengetahui:

Dekan



Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM
NIK.321.99.0370

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si
NIK. 311.99.0369

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

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ricky Febrian Soegianto

NRP : 3103013254

Judul Skripsi :

PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP
BEHAVIORAL INTENTION MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA
FAVE HOTEL DI SURABAYA

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi 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 bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di *internet* atau media lain (*Digital Library*) perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

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

Surabaya, 13 Januari 2017

Yang menyatakan,



Ricky Febrian Soegianto)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yesus Kristus atas karunia dan rahmat-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir dengan judul “Pengaruh *Service Quality* dan *Perceived Value* terhadap *Behavioral Intention* melalui *Customer Satisfaction* pada Fave Hotel di Surabaya” untuk memenuhi persyaratan penyelesaian Program Pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Adapun dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak membantu penulis baik secara langsung maupun tak langsung. Oleh karena itu, penulis tidak lupa menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, SE., M.M selaku Dekan dan Bapak Yulius Koesworo, Drs.Ec., MM selaku Wakil Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP) selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Hendro Susanto, SE., MM selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta memberikan banyak saran dan nasehat untuk membimbing penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen, Khususnya Ibu Dr. Christina Esti Susanti, SE., MM., CPM(AP), Ibu Dra. Ec. Maria Goretti Temengkol, MM, Ibu Maria Mia Kristianti, SE., MM, dan Bapak Hendro Susanto, SE., MM yang telah memberikan seluruh ilmu pemasaran yang diperlukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Orang tua saya Papa Hadi Soegianto dan Mama Pang Siok Chiao terima kasih banyak Papa Mama sudah membesarkan saya dengan penuh kasih sayang dan perhatian, serta doa dan dukungan selama studi saya sehingga karya ini dapat selesai dengan baik dan tepat waktu.
6. Kakak Perempuan saya Wenny Agustine Sugianto dan Adik Perempuan saya Fenny Febrina yang terus memberikan semangat dan dukungan selama studi saya sehingga karya ini dapat selesai dengan baik dan tepat waktu.
7. Kekasih tercinta, Vivian Eveline Raharjo yang telah membantu, memberikan dukungan dan memberikan semangat untuk penyelesaian tugas akhir.
8. Seluruh teman-teman saya, teman seperjuangan Dennis, Yolanda, Lany, Lien, Danny, dan Febi seluruh teman angkatan 2013 yang telah memberikan dukungan dalam penyelesaian karya ini.
9. Teman-teman Zp Evolution: David, Surya, Hendry, Victor, Adit, Tomy, Yoel, Cloe, Okky, dan Antoni yang telah memberikan semangat dan dukungan selama pengerjaan karya ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan karya ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini masih memiliki banyak kelemahan ataupun kekurangan, mengingat keterbatasan pengetahuan, waktu, tenaga dan keterbatasan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini semakin baik lagi kedepannya. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat dan berguna bagi siapa saja yang memerlukannya.

Surabaya, 13 Januari 2017

Penulis,

Ricky Febrian Soegianto

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABTRACT	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1. <i>Service Quality</i>	10
2.2.2. <i>Perceived Value</i>	13
2.2.3. <i>Customer Satisfaction</i>	17
2.2.4. <i>Behavioral Intention</i>	22

2.2.5. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	24
2.2.6. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	24
2.2.7. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	25
2.2.8. Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	25
2.2.9. Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Behavioral Intentions</i>	26
2.2.10. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Behavioral Intentions</i>	26
2.2.11. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Behavioral Intentions</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	27
2.2.12. Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Behavioral Intentions</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	27
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	28
2.4 Hipotesis	29
BAB 3 METODE PENELITIAN	30
3.1 Rancangan Penelitian	30
3.2 Identifikasi Penelitian	30
3.3 Definisi Operasional Variabel	30
3.4 Jenis Dan Sumber Data	34
3.5 Pengukuran Variabel	34
3.6 Alat Dan Metode Pengumpulan Data	35
3.7 Populasi Dan Sampel	35
3.8 Teknik Analisis Data	37
3.8.1. Uji Normalitas Data	37

3.8.2. Uji Validitas.....	38
3.8.3. Uji Reliabilitas.....	38
3.8.4. Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	39
3.8.5. Uji Kecocokan Model Struktural (<i>Structural Model Fit</i>)	40
3.3.6. Uji Hipotesis.....	41
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Karakteristik Responden	42
4.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	43
4.2.1. Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i>	44
4.2.2. Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Value</i>	46
4.2.3. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	47
4.2.4. Statistik Deskriptif Variabel <i>Behavioral Intentions</i>	48
4.3 Uji Asumsi SEM.....	49
4.3.1. Uji Normalitas	49
4.3.2. Uji Validitas.....	51
4.3.3. Uji Reliabilitas.....	53
4.4 Persamaan Struktural	58
4.5 Uji Kecocokan Keseluruhan Model	59
4.6 Uji Hipotesis	60
4.7 Pembahasan	63
4.7.1. <i>Service Quality</i> Berpengaruh Signifikan terhadap <i>Perceived Value</i> Pada Fave Hotel Di Surabaya.....	63
4.7.2. <i>Service Quality</i> Berpengaruh Signifikan terhadap <i>Behavioral Intentions</i> Pada Fave Hotel Di Surabaya	65
4.7.3. <i>Service Quality</i> Berpengaruh Signifikan terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Pada Fave Hotel Di Surabaya	67
4.7.4. <i>Perceived Value</i> Berpengaruh Signifikan terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Pada Fave Hotel Di Surabaya	70

4.7.5. <i>Perceived Value</i> Berpengaruh Signifikan terhadap <i>Behavioral Intentions</i> Pada Fave Hotel Di Surabaya	71
4.7.6. <i>Customer Satisfaction</i> Berpengaruh Signifikan terhadap <i>Behavioral Intentions</i> Pada Fave Hotel Di Surabaya.....	72
4.7.7. <i>Service Quality</i> Berpengaruh Signifikan terhadap <i>Behavioral Intentions</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> Pada Fave Hotel Di Surabaya	74
4.7.8. <i>Perceived Value</i> Berpengaruh Signifikan terhadap <i>Behavioral Intentions</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> Pada Fave Hotel Di Surabaya	75
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	76
5.1 Simpulan	76
5.2 Saran	77
5.2.1. Saran Akademis	77
5.2.1. Saran Praktis	78
DAFTAR KEPUSTAKAAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	9
Tabel 3.1 Uji Kecocokan Keseluruhan Model	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2 Interval Rata-Rata Skor	43
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i> (X1)	44
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Value</i> (X2).....	46
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (Y1).....	47
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Behavioral Intentions</i> (Y2)	48
Tabel 4.7 <i>Test of Univariate Normality for Continous Variables</i>	49
Tabel 4.8 <i>Test of Multivariate Normality for Continous Variables</i>	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas <i>Service Quality</i>	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas <i>Perceived Value</i>	55
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas <i>Customer Satisfaction</i>	56
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas <i>Behavioral Intention</i>	57
Tabel 4.14 Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i>	59
Tabel 4.15 Pengujian Hipotesis	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Determinan Nilai yang Dipersepsikan Pelanggan.....	15
Gambar 2.2 Model Penelitian	28

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Hasil Kuesioner
- Lampiran 3. Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif
- Lampiran 5. Uji Validitas
- Lampiran 6. Uji Reliabilitas
- Lampiran 7. Uji Normalitas
- Lampiran 8. Uji SEM (*Structural Equation Modeling*)
- Lampiran 9. Gambar Estimates
- Lampiran 10. Gambar Standardized Solution
- Lampiran 11. Gambar T-Values

Pengaruh *Service Quality* dan *Perceived Value* Terhadap *Behavioral Intentions* Melalui *Customer Satisfaction* Pada Fave Hotel Di Surabaya

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *service quality* dan *perceived value* terhadap *behavioral intention* melalui *customer satisfaction* pada Fave Hotel di Surabaya.

Sampel yang digunakan sebesar 150 responden Fave Hotel di Surabaya dengan menggunakan Skala Likert 1-5. Data dikumpulkan dengan survei kuesioner dan selanjutnya diolah dengan teknik analisis *Structural Equation Model* dengan menggunakan program LISREL. Hasil menunjukkan bahwa seluruh variabel yaitu *Service Quality*, *Perceived Value*, *Customer Satisfaction*, *Behavioral Intention* berpengaruh positif dan signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh hipotesis diterima.

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian sejenis dapat mencari data yang lebih banyak lagi dan dapat menambah variabel lain seperti *Brand Trust*. Fave Hotel Surabaya harus menjaga *Service Quality* agar menciptakan *Perceived value* yang baik, sehingga *Customer Satisfaction* dapat terbentuk dan dengan sendirinya *Behavioral Intention* dapat muncul dibenak konsumen seperti ingin merekomendasikan Fave Hotel Surabaya kepada orang lain.

Kata Kunci: *Service Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction, Behavioral Intention.*

The Impact Service Quality and Perceived Value Toward Behavioral Intentions Through Customer Satisfaction On Fave Hotel In Surabaya

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality and perceived value to behavioural intention through customer satisfaction Fave Hotel in Surabaya.

The sample used by 150 respondents Fave Hotel in Surabaya using Likert scale 1-5. Data were collected by a questionnaire survey and further processed by Structural Equation Model analysis technique using LISREL program. The results showed that all variables: Service Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction, Behavioral Intention positive and significant effect, it can be concluded that all hypotesis are accepted.

For subsequent researchers who want to conduct similar research can find data that more and can add other variables such as the Brand Trust. Fave Hotel Surabaya have to maintain service quality in order to create a good perceived value, so it can form Customer Satisfaction and Behavioral Intention by itself can appear in the minds of consumers as want to recommend Fave Hotel Surabaya to others.

Keywords: Service Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction, Behavioral Intention.