

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *BRAND IMAGE*, DAN
PRICE FAIRNESS TERHADAP *CUSTOMER*
LOYALTY MELALUI *CUSTOMER*
SATISFACTION DI RESTORAN
YOSHINOYA DELTA
PLAZA SURABAYA**



OLEH:

**FELIX LIBERTY
3103013185**

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

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *BRAND IMAGE*, DAN
PRICE FAIRNESS TERHADAP *CUSTOMER*
LOYALTY MELALUI *CUSTOMER*
SATISFACTION DI RESTORAN
YOSHINOYA DELTA
PLAZA SURABAYA**

SKRIPSI

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

OLEH:

**FELIX LIBERTY
3103013185**

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

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *BRAND IMAGE*, DAN
PRICE FAIRNESS TERHADAP *CUSTOMER*
LOYALTY MELALUI *CUSTOMER*
SATISFACTION DI RESTORAN
YOSHINOYA DELTA
PLAZA SURABAYA**

OLEH:

**FELIX LIBERTY
3103013185**

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dra.Ec.M.G. Temengkol, MM
Tanggal: 16 Januari 2017

Pembimbing II,

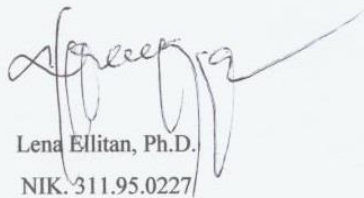


Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc.
Tanggal: 14 Januari 2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Felix Liberty NRP: 3103013185 telah diuji pada tanggal 31 Januari 2017 dan dinyatakan Lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji,



Lena Ellitan, Ph.D.
NIK: 311.95.0227

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



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



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

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Felix Liberty

NRP : 3103013185

Judul Skripsi : Pengaruh *Service Quality*, *Brand Image*, dan *Price Fairness*
Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction*
di restoran Yoshinoya Delta Plaza Surabaya.

Menyatakan bahwa tugas akhir 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, 17 Januari 2017

Yang Menyatakan,



(Felix Liberty)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus atas segala kelimpahan dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh *Service Quality*, *Brand Image*, dan *Price Fairness* Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* di restoran Yoshinoya Delta Plaza Surabaya”. Maksud dan tujuan penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi persyaratan penyelesaian Program Pendidikan S1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyusunan tugas akhir ini telah banyak pihak yang membantu penulis, baik secara langsung atau tidak langsung. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua, dan saudara yang telah mendukung penulis, baik dalam doa, material, dan sebagainya untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Dra.Ec. M.G. Temengkol, MM. selaku dosen pembimbing 1 yang telah membantu memberikan masukan, membimbing dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir.
3. Robertus Sigit H. Lukito, SE., M.Sc. selaku dosen pembimbing 2 yang telah membantu memberikan masukan, membimbing dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir.
4. Yohanes Aditya W., S.M., Viviane Sherly, Elizabeth Kusuma, Vincen, Andreas, F. X. Satya Mandala, Patricia Verina, Jonny, Fariz Irsyad, dan Ferdy Liberty yang telah membantu dan memberikan motivasi dari awal sampai akhir perkuliahan

5. Morrisia Hargiani Wijaya, S.Farm yang selalu memberi dukungan, semangat, dan motivasi kepada penulis dari awal sampai akhir.
6. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, terima kasih atas bantuannya.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pikiran, waktu, tenaga dan kemampuan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh sebab itu, tidak menutup kemungkinan penulis menerima kritik maupun saran dari semua pihak. Namun demikian, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

Surabaya, 17 Januari 2017

Felix Liberty

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
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.....	8
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 <i>Service Quality</i>	13
2.2.2 <i>Brand Image</i>	16
2.2.3 <i>Price Fairness</i>	18
2.2.4 <i>Customer Satisfaction</i>	22

2.2.5	<i>Customer Loyalty</i>	26
2.3	Pengaruh Antar Variabel	29
2.3.1	<i>Pengaruh Service Quality terhadap Customer Satisfaction</i>	29
2.3.2	<i>Pengaruh Brand Image terhadap Customer Satisfaction</i>	29
2.3.3	<i>Pengaruh Price Fairness terhadap Customer Satisfaction</i>	30
2.3.4	<i>Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty</i>	31
2.4	Model Penelitian	31
2.5	Hipotesis Penelitian.....	32
BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN		33
3.1	Desain Penelitian.....	33
3.2	Identifikasi Variabel.....	33
3.3	Definisi Operasional.....	33
3.4	Pengukuran Variabel	37
3.5	Jenis dan Sumber Data	37
3.6	Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	38
3.7	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	38
3.8	Teknik Analisis Data	39
a.	Uji <i>degree of freedom</i>	40
b.	Uji Normalitas	40
c.	Uji Validitas.....	40
d.	Uji Reliabilitas.....	41
e.	Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	41
f.	Uji Kecocokan Model Struktural.....	43

g. Uji Hipotesis.....	43
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	44
4.1. Karakteristik Responden.....	44
4.2. Statistik Deskriptif Variabel penelitian.....	46
4.3. Analisis Data.....	50
4.3.1 Uji Normalitas	51
4.3.2 Uji Validitas	53
4.3.3 Uji Reliabilitas	54
4.3.4 Uji Kecocokkan Model.....	58
4.3.5 Persamaan Struktural.....	59
4.4. Pengujian Hipotesis Penelitian	60
4.5. Pembahasan	61
4.5.1. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	61
4.5.2. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	62
4.5.3. Pengaruh <i>Price Fairness</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	63
4.5.4. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	63
BAB 5. KESIMPULAN & SARAN	65
5.1 Simpulan	65
5.2 Saran	66

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang	11
3.1 Uji Kecocokan Keseluruhan Model	42
4.1 Jenis Kelamin	44
4.2 Usia.....	44
4.3 Pekerjaan Saat Ini	45
4.4 Penilaian Rata-Rata Setiap Variabel.....	46
4.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i>	46
4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	48
4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Price Fairness</i>	48
4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	49
4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	50
4.10 Pengujian Normalitas Univariat	51
4.11 Pengujian Normalitas Multivariat	52
4.12 Pengujian Validitas Indikator Penelitian	53
4.13 Uji Reliabilitas Variabel <i>Service Quality</i>	55
4.14 Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Image</i>	55
4.15 Uji Reliabilitas Variabel <i>Price Fairness</i>	56
4.16 Uji Reliabilitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	57
4.17 Uji Reliabilitas Variabel <i>Customer Loyalty</i>	57
4.18 Pengujian Model Penelitian.....	58
4.19 Pengujian Hipotesis Penelitian	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Model Penelitian.....	32

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner
Lampiran 2	Karakteristik Responden
Lampiran 3	Data isian Responden
Lampiran 4	Statistik Deskriptif
Lampiran 5	Uji Normalitas
Lampiran 6	Uji Reliabilitas
Lampiran 7	Output SEM
Lampiran 8	Path Diagram

**Pengaruh *Service Quality*, *Brand Image*, dan *Price Fairness* Terhadap
Customer Satisfaction dan *Customer Loyalty* di restoran Yoshinoya
Delta Plaza Surabaya**

ABSTRAK

Seiring berkembangnya zaman, dengan ditandai adanya perkembangan ekonomi, kemajuan industri, dan kemajuan teknologi di segala bidang, memunculkan banyak persaingan di dalam dunia usaha. Setiap perusahaan di dunia dituntut untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkesinambungan dalam menghadapi pesaing baru yang bergerak di industri yang sama.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Service Quality*, *Brand Image*, dan *Price Fairness* Terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* di restoran Yoshinoya Delta Plaza Surabaya. Teknik analisis data yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Modelling*) dan menggunakan program LISREL.

Penelitian ini mengambil 150 responden sebagai sampelnya yang pernah makan di restoran Yoshinoya Delta Plaza dalam 6 bulan terakhir, berusia minimal 17 tahun, dan berdomisili di Surabaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Service Quality* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Customer Satisfaction*, *Brand Image* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Customer Satisfaction*, *Price Fairness* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Customer Satisfaction*, dan *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Customer Loyalty* di restoran Yoshinoya Delta Plaza Surabaya. Hasil ini diperkuat dengan hasil uji Validitas, reliabilitas, dan pengujian kecocokan model pada masing-masing indikator pada setiap variabel.

Kata kunci: *Service Quality*, *Brand Image*, *Price Fairness* *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty*.

The Effect of Service Quality, Brand Image, and Price Fairness Against Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the restaurant Yoshinoya Delta Plaza Surabaya

ABSTRACT

As time, marked by the development of economic, industrial progress, and technological advances in all areas, led to a lot of competition in the business world. Every company in the world are required to create a sustainable competitive advantage in the face of new competitors operating in the same industry.

This study aimed to find out and explain the influence of Service Quality, Brand Image, and Price Fairness Against Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the restaurant Yoshinoya Delta Plaza Surabaya. Data analysis technique used is SEM (Structural Equation Modelling) and using LISREL program.

This study took a sample of 150 respondents who have ever eaten in a restaurant Yoshinoya Delta Plaza in the last 6 months, aged at least 17 years, and is domiciled in Surabaya. These results indicate that the Service Quality significant and positive impact on Customer Satisfaction, Brand Image significant and positive impact on Customer Satisfaction, Price Fairness significant and positive impact on Customer Satisfaction and Customer Satisfaction significant and positive impact on customer loyalty in the restaurant Yoshinoya Delta Plaza Surabaya. These results were confirmed by the results of test validity, reliability, and compatibility testing of models in each of the indicators in each variable.

Keywords: Service Quality, Brand Image, Price Fairness Customer Satisfaction, Customer Loyalty.