

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Pertanyaan Penelitian .....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kebaruan Penelitian .....	9
BAB II.....	11

KAJIAN PUSTAKA.....	11
A. Latar Belakang Teori.....	11
1. Niat Mengunjungi Kembali .....	11
2. Kepuasan Pelanggan .....	13
3. Nilai yang Dirasakan Pelanggan .....	16
B. Kerangka Teori dan Hipotesis .....	31
1. Nilai yang Dirasakan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan .....	31
2. Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Mengunjungi Kembali .....	31
3. Nilai yang Dirasakan Pelanggan terhadap Niat Mengunjungi Kembali ...	32
4. Nilai yang Dirasakan Pelanggan terhadap Niat Mengunjungi Kembali melalui Kepuasan Pelanggan .....	33
BAB III .....	35
METODE PENELITIAN.....	35
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	35
1. Waktu Penelitian .....	35
2. Tempat Penelitian.....	35
B. Pendekatan Penelitian.....	36
1. Metode .....	36
2. Konstelasi Pengaruh antar Variabel.....	36
C. Populasi dan Sampling .....	37

1. Populasi.....	37
2. Sampel.....	38
D. Penyusunan Instrumen .....	38
1. Niat Mengunjungi Kembali (Variabel Z).....	39
a. Definisi Konseptual.....	39
b. Definisi Operasional.....	39
c. Kisi-kisi Instrumen Niat Mengunjungi Kembali.....	40
d. Validasi Instrumen Niat Mengunjungi Kembali .....	41
2. Kepuasan Pelanggan (Variabel Y).....	43
a. Definisi Konseptual.....	43
b. Definisi Operasional.....	43
c. Kisi-Kisi Instrumen Kepuasan Pelanggan.....	44
d. Validasi Instrumen Kepuasan Pelanggan.....	45
3. Nilai yang Dirasakan Pelanggan (Variabel X).....	47
a. Definisi Konseptual.....	47
b. Definisi Operasional.....	47
c. Kisi-Kisi Instrumen Nilai yang Dirasakan Pelanggan .....	47
d. Validasi Instrumen Nilai yang Dirasakan .....	49
E. Teknik Pengumpulan Data .....	51
F. Teknik Analisis Data.....	51

1. Uji Persyaratan Analisis .....	51
a. Uji Normalitas .....	51
b. Uji Linieritas .....	52
2. Persamaan Analisis Jalur.....	52
3. Uji Koefisien .....	55
a. Uji Koefisien Korelasi.....	55
b. Uji Koefisien Determinasi.....	56
BAB IV .....	57
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
A. Deskripsi Data .....	57
1. Profil Responden.....	57
2. Profil Data.....	60
1) Data Niat Mengunjungi Kembali.....	60
2) Data Kepuasan Pelanggan .....	63
3) Data Nilai yang Dirasakan Pelanggan .....	66
B. Pengujian Hipotesis .....	69
1. Pengujian Persyaratan Analisis.....	69
a. Uji Normalitas .....	69
b. Uji Linieritas .....	70
2. Persamaan Analisis Jalur .....	73

a.	Menentukan Koefisien Jalur Berdasarkan Persamaan Struktur .....	73
b.	Menghitung Pengaruh Langsung Secara Individu.....	76
1)	Nilai yang Dirasakan Pelanggan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)	
	76	
2)	Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap Niat Mengunjungi Kembali (Z) ..	77
3)	Nilai yang Dirasakan Pelanggan (X) terhadap Niat Mengunjungi Kembali (Z).....	78
c.	Menghitung Pengaruh Tidak Langsung .....	79
d.	Menghitung Pengaruh Total .....	79
e.	Rangkuman Dekomposisi Koefisien Jalur .....	80
3.	Pengujian Koefisien.....	81
a.	Koefisien Korelasi .....	81
b.	Koefisien Determinasi .....	83
1)	Koefisien Determinasi Nilai yang Dirasakan Pelanggan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	83
2)	Koefisien Determinasi Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap Niat Mengunjungi Kembali (Z) .....	83
3)	Koefisien Determinasi Nilai yang Dirasakan Pelanggan (X) terhadap Niat Mengunjungi Kembali (Z) .....	84
4)	Koefisien Determinasi Secara Keseluruhan .....	84
C.	Pembahasan .....	85

1. Pengaruh Nilai yang Dirasakan Pelanggan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	85
2. Pengaruh Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap Niat Mengunjungi Kembali (Z).....	86
3. Pengaruh Nilai yang Dirasakan Pelanggan (X) terhadap Niat Mengunjungi Kembali (Z) .....	88
4. Pengaruh Nilai yang Dirasakan Pelanggan (X) terhadap Niat Mengunjungi Kembali (Z) melalui Kepuasan Pelanggan (Y) .....	89
BAB V.....	91
KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN .....	91
A. Kesimpulan.....	91
1. Nilai yang Dirasakan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	91
2. Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Mengunjungi Kembali .....	92
3. Nilai yang Dirasakan Pelanggan terhadap Niat Mengunjungi Kembali	92
4. Nilai yang Dirasakan Pelanggan terhadap Niat Mengunjungi Kembali melalui Kepuasan Pelanggan .....	93
B. Implikasi.....	93
C. Keterbatasan Penelitian .....	95
D. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	96
1. Pemilik Restoran Fish Street.....	96

2. Peneliti Selanjutnya .....	97
DAFTAR PUSTAKA .....	100
LAMPIRAN.....	105
Lampiran 1 – Kartu Konsultasi Bimbingan Penulisan Skripsi .....	105
Lampiran 2 – Format Saran dan Perbaikan Skripsi .....	106
Lampiran 3 – Kuesioner Awal Penelitian .....	107
Lampiran 4 – Kuesioner Uji Coba Penelitian .....	108
Lampiran 5 - Uji Validitas Data Uji Coba Instrumen Variabel Z (Niat Mengunjungi Kembali) .....	114
Lampiran 6 – Perhitungan Analisis Butir Variabel Z (Niat Mengunjungi Kembali).....	115
Lampiran 7 – Data Perhitungan Validitas Variabel Z (Niat Mengunjungi Kembali).....	116
Lampiran 8 - Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Realibilitas Variabel Z (Niat Mengunjungi Kembali) .....	117
Lampiran 9 - Uji Validitas Data Uji Coba Instrumen Variabel X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan).....	118
Lampiran 10 - Perhitungan Analisis Butir Variabel X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan).....	119
Lampiran 11 - Data Perhitungan Validitas Variabel X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan).....	120

Lampiran 12 - Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Realibilitas Variabel X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan).....	121
Lampiran 13 - Uji Validitas Data Uji Coba Instrumen Variabel Y (Kepuasan Pelanggan).....	122
Lampiran 14 - Perhitungan Analisis Butir Variabel Y (Kepuasan Pelanggan) .....	123
Lampiran 15 - Data Perhitungan Validitas Variabel Y (Kepuasan Pelanggan) .....	124
Lampiran 16 - Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Realibilitas Variabel Y (Kepuasan Pelanggan).....	125
Lampiran 17 – Kuesioner Final Penelitian.....	126
Lampiran 18 – Data Mentah Variavel Z (Niat Mengunjungi Kembali) .....	131
Lampiran 19 - Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varian dan Simpangan Baku Variabel Z (Niat Mengunjungi Kembali).....	134
Lampiran 20 - Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel Z (Niat Mengunjungi Kembali).....	135
Lampiran 21 - Skor Indikator Dominan Variabel Z (Niat Mengunjungi Kembali) .....	136
Lampiran 22 – Data Mentah Variabel X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan) .	137



Lampiran 23 - Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varian dan Simpangan Baku Variabel X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan).....	140
Lampiran 24 - Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan) .....	141
Lampiran 25 - Skor Indikator Dominan Variabel X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan).....	142
Lampiran 26 – Data Mentah Variabel Y (Kepuasan Pelanggan).....	143
Lampiran 27 - Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varian dan Simpangan Baku Variabel Y (Kepuasan Pelanggan) .....	146
Lampiran 28 - Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel Y (Kepuasan Pelanggan).....	147
Lampiran 29 - Skor Indikator Dominan Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)..	148
Lampiran 30 - Data Mentah Variabel X, Y dan Z (Nilai yang Dirasakan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan dan Niat Mengunjungi Kembali) .....	149
Lampiran 31 – Perhitungan Uji Normalitas .....	152
Lampiran 32 - Perhitungan Uji Linearitas .....	153
Lampiran 33 - Menentukan Koefisien Jalur Berdasarkan Persamaan per-Struktur .....	154

Lampiran 34 - Menghitung Pengaruh Langsung X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan) terhadap Y (Kepuasan Pelanggan).....	155
Lampiran 35 - Menghitung Pengaruh Langsung Y (Kepuasan Pelanggan) terhadap Z (Niat Mengunjungi Kembali).....	156
Lampiran 36 - Menghitung Pengaruh Langsung X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan) terhadap Z (Niat Mengunjungi Kembali).....	157
Lampiran 37 – Perhitungan Koefisien Korelasi <i>Pearson</i> .....	158
Lampiran 38 – Perhitungan Koefisien Determinasi Secara Keseluruhan.....	159
Lampiran 39 - Tabel Nilai-nilai untuk Distribusi t .....	160
Lampiran 40 - Daftar Responden Uji Coba .....	161
Lampiran 41 – Daftar Responden Uji Final.....	162
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	166

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kondisi Kepuasan atau Ketidakpuasan Pelanggan.....	15
Gambar II.2 Penentu-penentu Nilai yang Diberikan ke Pelanggan .....	19
Gambar III.1 Kosntelasi Hubungan antara Variabel X, Y dan Z.....	37
Gambar IV.1 Grafik Histogram Niat Mengunjungi Kembali .....	62
Gambar IV.2 Grafik Histogram Kepuasan Pelanggan.....	65
Gambar IV.3 Grafik Histogram Nilai yang Dirasakan Pelanggan.....	68
Gambar IV.4 Diagram Jalur Hubungan Kausal Empiris Nilai yang Dirasakan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan dan Niat Mengunjungi Kembali.....	81

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Persentase Banyaknya Usaha Penyediaan Makanan dan Minuman menurut Lokasi Usaha dan Jenis Usaha, Tahun 2017.....	2
Tabel I.2 Hasil Analisis Pengalaman Responden tentang Nilai yang Dirasakan Pelanggan .....	5
Tabel I.3 Hasil Analisis Pengalaman Responden tentang Kepuasan Pelanggan ....	6
Tabel II.1 Tabel Hipotesis.....	33
Tabel III.1 Kisi-kisi Instrumen Niat Mengunjungi Kembali .....	40
Tabel III.2 Skala Penilaian Instrumen Niat Mengunjungi Kembali .....	41
Tabel III.3 Kisi-kisi Instrumen Kepuasan Pelanggan .....	44
Tabel III.4 Skala Penilaian Instrumen Kepuasan Pelanggan .....	45
Tabel III.5 Kisi-kisi Instrumen Nilai yang Dirasakan Pelanggan .....	48
Tabel III.6 Skala Penilaian Instrumen Nilai yang Dirasakan.....	48
Tabel III.7 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	55
Tabel IV.1 Profil Profesi Responden .....	57
Tabel IV.2 Profil Usia Responden .....	58
Tabel IV.3 Profil Domisili Responden.....	58
Tabel IV.4 Profil Pendapatan Responden .....	59
Tabel IV.5 <i>Descriptive Statistics</i> Niat Mengunjungi Kembali .....	60
Tabel IV.6 Distribusi Frekuensi Niat Mengunjungi Kembali.....	61
Tabel IV.7 Rata-rata Hitung Skor Niat Mengunjungi Kembali.....	62
Tabel IV.8 <i>Descriptive Statistics</i> Kepuasan Pelanggan .....	63

Tabel IV.9 Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan .....	64
Tabel IV.10 Rata-rata Hitung Kepuasan Pelanggan .....	65
Tabel IV.11 <i>Descriptive Statistics</i> Nilai yang Dirasakan Pelanggan .....	66
Tabel VI.12 Distribusi Frekuensi Nilai yang Dirasakan Pelanggan .....	67
Tabel IV.13 Rata-rata Hitung Nilai yang Dirasakan Pelanggan .....	68
Tabel IV.14 Uji Normalitas Menggunakan <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i> .....	69
Tabel IV.15 Uji Linieritas Variabel X terhadap Y.....	71
Tabel IV.16 Uji Linieritas Variabel Y terhadap Z .....	71
Tabel IV.17 Uji Linieritas Variabel X terhadap Z .....	72
Tabel IV.18 Nilai yang Dirasakan Pelanggan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap Niat Mengunjungi Kembali (Z).....	73
Tabel IV.19 Koefisien Jalur Nilai yang Dirasakan Pelanggan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap Niat Mengunjungi Kembali (Z) .....	74
Tabel IV.20 Koefisien Determinasi Nilai yang Dirasakan Pelanggan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap Niat Mengunjungi Kembali (Z).....	75
Tabel IV.21 <i>Coefficients</i> Variabel X terhadap Y .....	76
Tabel IV.22 Koefisien Determinasi Variabel X terhadap Y .....	77
Tabel IV.23 <i>Coefficients</i> Variabel Y terhadap Z .....	77
Tabel IV.24 <i>Coefficients</i> Variabel X terhadap Z .....	78
Tabel IV.25 Rangkuman Dekomposisi Koefisien Jalur.....	80
Tabel IV.26 Uji Korelasi <i>Pearson</i> Variabel X, Y dan Z.....	81
Tabel IV..27. Koefisien Determinasi X terhadap Y.....	83

Tabel IV.28 Koefisien Determinasi Y terhadap Z .....	83
Tabel IV.29 Koefisien Determinasi X terhadap Z .....	84
Tabel IV.30 Koefisien Determinasi X dan Y terhadap Z.....	84

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – Kartu Konsultasi Bimbingan Penulisan Skripsi .....	105
Lampiran 2 – Format Saran dan Perbaikan Skripsi .....	106
Lampiran 3 – Kuesioner Awal Penelitian .....	107
Lampiran 4 – Kuesioner Uji Coba Penelitian .....	108
Lampiran 5 - Uji Validitas Data Uji Coba Instrumen Variabel Z (Niat Mengunjungi Kembali).....	114
Lampiran 6 – Perhitungan Analisis Butir Variabel Z (Niat Mengunjungi Kembali) .....	115
Lampiran 7 – Data Perhitungan Validitas Variabel Z (Niat Mengunjungi Kembali) .....	116
Lampiran 8 - Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Realibilitas Variabel Z (Niat Mengunjungi Kembali).....	117
Lampiran 9 - Uji Validitas Data Uji Coba Instrumen Variabel X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan).....	118
Lampiran 10 - Perhitungan Analisis Butir Variabel X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan).....	119
Lampiran 11 - Data Perhitungan Validitas Variabel X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan).....	120
Lampiran 12 - Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Realibilitas Variabel X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan).....	121

Lampiran 13 - Uji Validitas Data Uji Coba Instrumen Variabel Y (Kepuasan Pelanggan).....	122
Lampiran 14 - Perhitungan Analisis Butir Variabel Y (Kepuasan Pelanggan) ..	123
Lampiran 15 - Data Perhitungan Validitas Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)..	124
Lampiran 16 - Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Realibilitas Variabel Y (Kepuasan Pelanggan).....	125
Lampiran 17 – Kuesioner Final Penelitian.....	126
Lampiran 18 – Data Mentah Variavel Z (Niat Mengunjungi Kembali) .....	131
Lampiran 19 - Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varian dan Simpangan Baku Variabel Z (Niat Mengunjungi Kembali) .....	134
Lampiran 20 - Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel Z (Niat Mengunjungi Kembali) .....	135
Lampiran 21 - Skor Indikator Dominan Variabel Z (Niat Mengunjungi Kembali) .....	136
Lampiran 22 – Data Mentah Variabel X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan) .....	137
Lampiran 23 - Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varian dan Simpangan Baku Variabel X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan).....	140
Lampiran 24 - Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan) .....	141
Lampiran 25 - Skor Indikator Dominan Variabel X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan).....	142



Lampiran 26 – Data Mentah Variabel Y (Kepuasan Pelanggan).....	143
Lampiran 27 - Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varian dan Simpangan Baku Variabel Y (Kepuasan Pelanggan) .....	146
Lampiran 28 - Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel Y (Kepuasan Pelanggan).....	147
Lampiran 29 - Skor Indikator Dominan Variabel Y (Kepuasan Pelanggan).....	148
Lampiran 30 - Data Mentah Variabel X, Y dan Z (Nilai yang Dirasakan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan dan Niat Mengunjungi Kembali) .....	149
Lampiran 31 – Perhitungan Uji Normalitas .....	152
Lampiran 32 - Perhitungan Uji Linearitas .....	153
Lampiran 33 - Menentukan Koefisien Jalur Berdasarkan Persamaan per-Struktur .....	154
Lampiran 34 - Menghitung Pengaruh Langsung X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan) terhadap Y (Kepuasan Pelanggan).....	155
Lampiran 35 - Menghitung Pengaruh Langsung Y (Kepuasan Pelanggan) terhadap Z (Niat Mengunjungi Kembali) .....	156
Lampiran 36 - Menghitung Pengaruh Langsung X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan) terhadap Z (Niat Mengunjungi Kembali).....	157
Lampiran 37 – Perhitungan Koefisien Korelasi <i>Pearson</i> .....	158
Lampiran 38 – Perhitungan Koefisien Determinasi Secara Keseluruhan.....	159
Lampiran 39 - Tabel Nilai-nilai untuk Distribusi t .....	160
Lampiran 40 - Daftar Responden Uji Coba .....	161

Lampiran 41 – Daftar Responden Uji Final..... 162