

**PENGARUH KUALITAS, PENGALAMAN, NILAI DAN  
KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
PADA *CAFÉ SHOP* DI SURABAYA**

**TESIS**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Studi Magister Manajemen**



Oleh :

**YOSEF ARISTO BESINLEON**

**2016610605**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER MANAJEMEN  
SURABAYA**

**2018**

TESIS

**PENGARUH KUALITAS, PENGALAMAN, NILAI DAN  
KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
PADA *CAFÉ SHOP* DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

**YOSEF ARISTO BESINLEON**

**2016610605**

Tesis ini telah dibimbing  
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : *29 Agustus 2018*



**(Dr. Yudi Sutarso, SE.,M.Si)**

**TESIS**

**PENGARUH KUALITAS, PENGALAMAN, NILAI DAN  
KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
PADA *CAFÉ SHOP* DI SURABAYA**

Disusun oleh

**YOSEF ARISTO BESINLEON**

**2016610605**

Dipertahankan di depan Tim Penguji  
Dan dinyatakan Lulus Ujian Tesis  
Pada tanggal 31 Agustus 2018

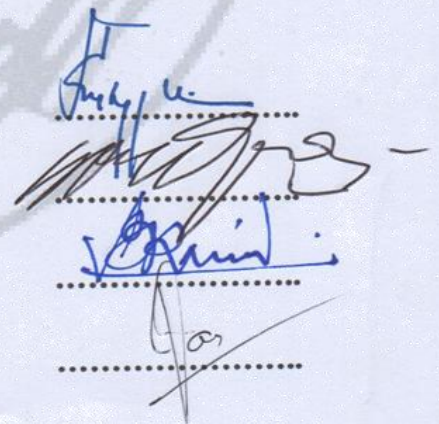
Tim Penguji

**Ketua : Prof. Dr.Dra. Tatik Suryani, Psi.,MM**

**Sekretaris : Dr. Yudi Sutarso, SE.,M.Si**

**Anggota : Dr. Basuki Rachmat, SE.,MM**

**Dr. Drs.Ec. Soni Harsono, M.Si**



Handwritten signatures of the examination committee members, corresponding to the names listed on the left. The signatures are written in blue ink and are placed over dotted lines.

## PENGESAHAN TESIS

Nama : Yosef Aristo Besinleon  
Tempat, Tanggal Lahir : Wekatimun 15 April 1992  
NIM : 2016610605  
Program Pendidikan : Pascasarjana (Magister Manajemen)  
Judul : Pengaruh Kualitas, Pengalaman, Nilai dan  
Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada  
*Café shop* di Surabaya.

**Disetujui dan diterima baik oleh :**

Dosen Pembimbing,  
Tanggal : 29 Agustus 2018

  
**(Dr. Yudi Sutarno, SE.,M.Si)**

Ketua Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : 29 Agustus 2018

  
**(Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi.,MM)**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan yang maha esa yang telah melimpahkan segala Rahmat dan berkatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS, PENGALAMAN, NILAI DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA *CAFÉ SHOP* DI SURABAYA”** pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terimah kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu penulis menyelesaikan tesis ini, terimah kasih di ucapkan kepada :

1. Dr. Yudi Sutarso,SE.,M.Si. selaku dosen pembimbing dan ketua sekolah tinggi ilmu ekonomi Perbanas Surabaya yang telah memberikan bimbingan dan dukungan dalam penyusunan tesis ini.
2. Prof. Dr. Tatik Suryani, Psi, MM. selaku ketua program studi magister manajemen STIE Perbanas Surabaya yang selalu memberikan semangat sampai terselesainya tesis ini dengan baik.
3. Bapak dan ibu dosen beserta civitas akademika STIE Perbanas Surabaya yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan serta seluru staf perpustakaan dan karyawan STIE Perbanas Surabaya.
4. Keluarga tercinta Papa Kornelis Besin, Mama Jorgina Maia, kak Afy, kak Centy, adik Ido, adik Ira dan kedua keponakanku Xavana & Jo, terimakasih banyak atas dukungan moral dan material, kepercayaan, kesabaran, serta doa dan kasih sayang yang tak terhingga, Sehingga saya dapat menyelesaikan Tesis ini.

Surabaya     Agustus 2018

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP UJI TESIS.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN TESIS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TESIS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAKSI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I      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 II      TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori.....	23
2.2.1 Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Pengalaman.....	23
2.2.2 Nilai Fungsional dan Nilai Simbolik.....	24
2.2.3 Kepuasan Pelanggan.....	25
2.2.4 Loyalitas Pelanggan.....	26
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	27
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Nilai Fungsional dan Simbolik.....	27
2.3.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Nilai Fungsional dan Simbolik.....	28
2.3.3 Pengaruh Pengalaman Terhadap Nilai Fungsional dan Simbolik.....	29
2.3.4 Pengaruh Nilai Fungsional Terhadap Kepuasan Pelanggan..	30

	2.3.5 Pengaruh Nilai Simbolik Terhadap Kepuasan Pelanggan....	31
	2.3.6 Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	32
	2.4 Kerangka Pemikiran.....	33
	2.5 Hipotesis Penelitian.....	34
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>35</b>
	3.1 Rancangan Penelitian.....	36
	3.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	36
	3.3 Identifikasi Variabel.....	36
	3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	37
	3.4.1 Definisi Operasional.....	37
	3.4.2 Skala Pengukuran.....	40
	3.5 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	41
	3.5.1 Populasi.....	41
	3.5.2 Sampel.....	42
	3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	42
	3.6 Instrumen Penelitian.....	43
	3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	46
	3.7.1 Uji Validitas.....	46
	3.7.2 Uji Reliabilitas.....	47
	3.8 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	48
	3.8.1 Data.....	48
	3.8.2 Metode Pengumpulan Data.....	48
	3.9 Teknik Analisis Data.....	48
	3.9.1 <i>Goodness-of-Fit Outer Model</i> .....	49
	3.9.2 <i>Goodness-of-Fit Inner Model</i> .....	50
	3.9.3 Uji Hipotesis.....	51
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
	4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Data.....	52
	4.1.1 Uji Validitas.....	52
	4.1.2 Uji Reliabilitas.....	54
	4.2 Deskripsi Subyek Penelitian.....	56
	4.2.1 Karakteristik Responden.....	56
	4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	59
	4.3.1 Analisis Deskriptif variabel kualitas produk.....	59
	4.3.2 Analisis Deskriptif variabel kualitas layanan.....	60
	4.3.3 Analisis Deskriptif variabel pengalaman.....	61

4.3.4 Analisis Deskriptif variabel nilai fungsional.....	62
4.3.5 Analisis Deskriptif Variabel nilai simbolik.....	63
4.3.6 Analisis Deskriptif Variabel kepuasan pelanggan.....	64
4.3.7 Analisis Deskriptif Variabel loyalitas pelanggan.....	65
4.4 Hasil Penelitian.....	66
4.4.1 Uji <i>Outher</i> Model.....	66
4.4.2 Uji <i>Inner</i> Model.....	72
4.5 Pembahasan.....	77
4.4.1 Pengaruh kualitas produk terhadap nilai fungsional dan Simbolik.....	77
4.4.2 Pengaruh kualitas layanan terhadap nilai fungsional dan Simbolik.....	79
4.4.3 Pengaruh pengalaman terhadap nilai fungsional dan Simbolik.....	80
4.4.4 Pengaruh nilai fungsional terhadap kepuasan.....	81
4.4.5 Pengaruh nilai simbolik terhadap kepuasan.....	82
4.4.6 Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan.....	83
4.6 Implikasi Hasil Penelitian.....	84
<b>BAB V</b>	
<b>PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	87
5.3 Saran.....	88
<b>DAFTAR RUJUKAN</b>	



## DAFTAR TABEL

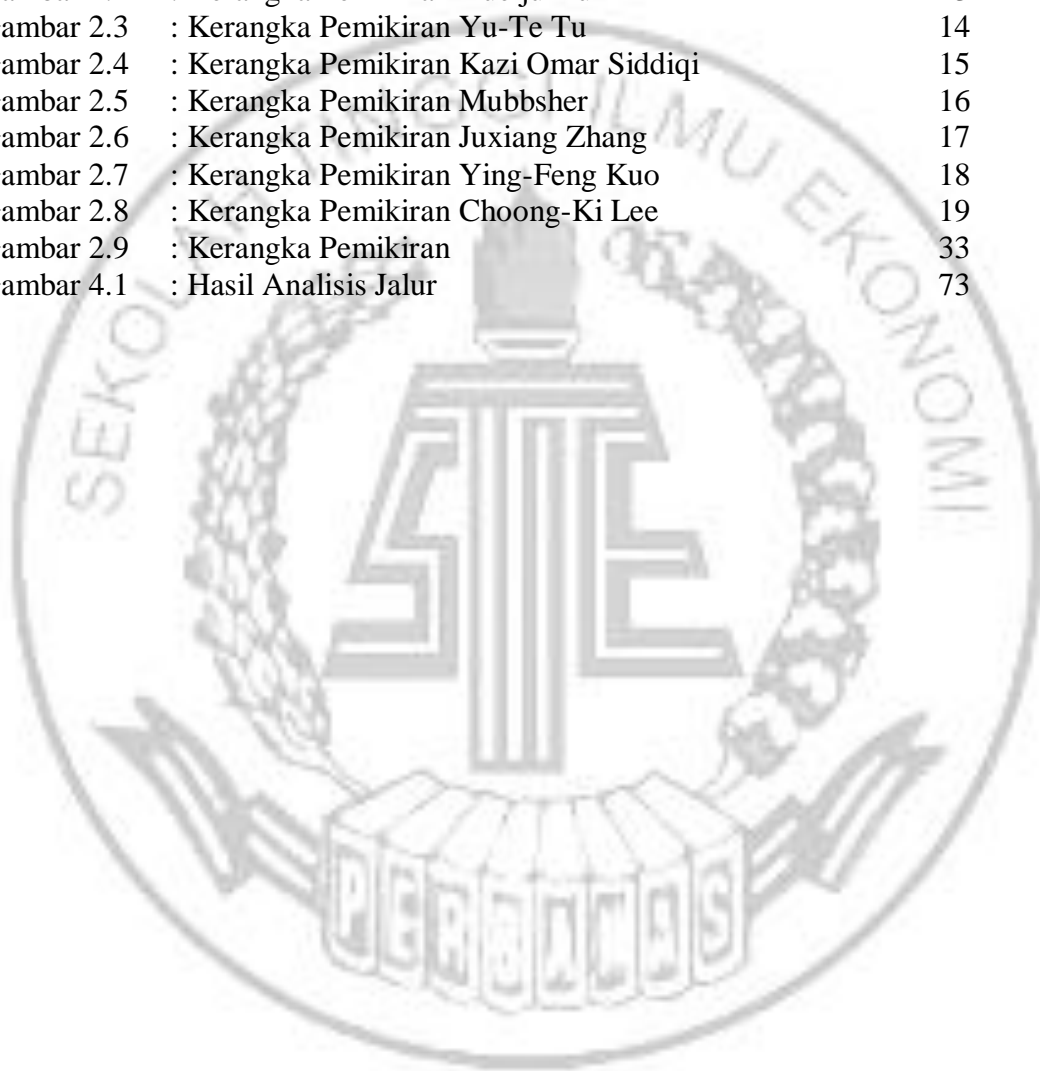
Halaman

Tabel 1.1	:	Jumlah Gerai Starbuks dan Excelso	4
Table 2.1	:	Rangakuman Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1	:	Interval Kelas	41
Table 3.2	:	Kisi-Kisi Pertanyaan	44
Tabel 4.1	:	Hasil Uji Validitas Sampel Kecil	52
Tabel 4.2	:	Hasil Uji Validitas Sampel Besar	53
Tabel 4.3	:	Uji Reliabilitas Sampel Kecil	55
Tabel 4.4	:	Uji Reliabilitas Sampel Besar	55
Tabel 4.5	:	Karakteristik Responden	57
Tabel 4.6	:	Hasil Pernyataan Responden Terhadap Variabel Kualitas produk	59
Tabel 4.7	:	Hasil Pernyataan Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan	60
Tabel 4.8	:	Hasil Pernyataan Responden Terhadap Variabel Pengalaman	61
Tabel 4.9	:	Hasil Pernyataan Responden Terhadap Variabel Nilai Fungsional	62
Tabel 4.10	:	Hasil Pernyataan Responden Terhadap Variabel Nilai Simbolik	63
Tabel 4.11	:	Hasil Pernyataan Responden Terhadap Variabel Kepuasan pelanggan	64
Tabel 4.12	:	Hasil Pernyataan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan	65
Tabel 4.13	:	Uji Validitas ( <i>Convergent Validity</i> )	67
Tabel 4.14	:	Cross Loadings	69
Tabel 4.15	:	Average Variance Exctrated	71
Tabel 4.16	:	Composite Reliability	72
Tabel 4.17	:	Hasil Pengujian Hipotesis	74
Tabel 4.18	:	Nilai R-Square	76

## DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1	: Kerangka Pemikiran Chen and Hu	12
Gambar 2.2	: Kerangka Pemikiran Hueiju Yu	13
Gambar 2.3	: Kerangka Pemikiran Yu-Te Tu	14
Gambar 2.4	: Kerangka Pemikiran Kazi Omar Siddiqi	15
Gambar 2.5	: Kerangka Pemikiran Mubbsher	16
Gambar 2.6	: Kerangka Pemikiran Juxiang Zhang	17
Gambar 2.7	: Kerangka Pemikiran Ying-Feng Kuo	18
Gambar 2.8	: Kerangka Pemikiran Choong-Ki Lee	19
Gambar 2.9	: Kerangka Pemikiran	33
Gambar 4.1	: Hasil Analisis Jalur	73



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Data Responden
- Lampiran 3 : Print Out SPSS
- Lampiran 4 : Print Out SPSS
- Lampiran 5 : Print Out SPSS
- Lampiran 6 : Print Out PLS



**PENGARUH KUALITAS, PENGALAMAN, NILAI DAN  
KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
PADA CAFÉ SHOP DI SURABAYA**

Yosef Aristo Besinleon

STIE Perbanas Surabaya, Indonesia

[aristobesin@yahoo.com](mailto:aristobesin@yahoo.com)

**ABSTRACK**

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh kualitas, pengalaman, nilai dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan di café shop di Surabaya. Studi ini mengajukan hipotesis kualitas, dan pengalaman akan mempengaruhi nilai. Nilai akan mempengaruhi kepuasan. dan kepuasan, akan mempengaruhi loyalitas pelanggan di café shop. Studi ini mengambil sampel pada pelanggan yang merupakan pengunjung atau pembeli yang ada di Starbucks dan Excleso di Surabaya dengan teknik purposive sampling. Terdapat 350 reponden pada kedua café shop tersebut, di mana analisis data yang digunakan adalah Structural Equation Model dengan pendekatan Partial Least Square. Temuan paling menonjol dalam penelitian ini adalah bahwa kualitas produk, kualitas layanan, nilai dan kepuasan mempunyai pengaruh yang positif terhadap loyalitas pelanggan sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh positif terhadap nilai fungsional dan pengalaman tidak berpengaruh positif terhadap nilai fungsioanal dan nilai simbolik.

Kata kunci : *kualitas produk, kualitas layanan, pengalaman, nilai fungsional, nilai simbolik, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.*

**INFLUENCE OF QUALITY, EXPERIENCE, VALUE AND  
SATISFACTION ON CUSTOMER LOYALTY  
IN CAFÉ SHOP IN SURABAYA**

Yosef Aristo Besinleon

STIE Perbanas Surabaya, Indonesia

[aristobesin@yahoo.com](mailto:aristobesin@yahoo.com)

**ABSTRACT**

This study aims to examine the effect of quality, experience, value and satisfaction on customer loyalty at a café shop in Surabaya. This study proposes a quality hypothesis, and experience will influence value. Value will affect satisfaction, and satisfaction, will affect customer loyalty at the café shop. This study took samples of customers who were visitors or buyers at Starbucks and Excleso in Surabaya with purposive sampling technique. There are 350 respondents in the second café shop, where the data analysis used is Structural Equation Model with Partial Least Square approach. The most prominent finding in this study is that product quality, service quality, value and satisfaction have a significant influence on customer loyalty while product quality does not have a significant influence on functional value and experience does not have a significant influence on functional value and symbolic value.

*Keywords:* product quality, experience, functional value, symbolic value, customer satisfaction and customer loyalty.