

SKRIPSI

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY DENGAN *CUSTOMER*
SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
PADA PELANGGAN RESTORAN SUSHI TEI MEDAN**



DIAJUKAN OLEH :

NAMA : HESTY TIARA

NIM : 115180111

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT – SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2021/2022

SKRIPSI

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY DENGAN *CUSTOMER*
SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
PADA PELANGGAN RESTORAN SUSHI TEI MEDAN**



DIAJUKAN OLEH :

NAMA : HESTY TIARA

NIM : 115180111

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT – SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2021/2022

HALAMAN SURAT PERNYATAAN



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Hesty Tiara
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115180111
Program Studi : S1 Manajemen
Alamat : Jl. Mandor Komplek Krakatau Mandor
Permai No. 23H, Medan.
Telp. -
HP. 087891959845

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 22 Desember 2021



Hesty Tiara

Nama Mahasiswa

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : Hesty Tiara
NIM : **115180111**
PROGRAM / JURUSAN : Manajemen
KONSENTRASI : **Pemasaran**
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Mediasi pada pelanggan restoran Sushi Tei Medan

Jakarta, 20 Desember 2021



(Prof. Carunia Mulya Firdausy, MA., Ph.D)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Hesty Tiara
NIM : 115180111
PROGRAM / JURUSAN : S1 Manajemen
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Mediasi pada pelanggan restoran Sushi Tei Medan

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 13 Januari 2021 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Dr. Ir. Agus Zainul Arifin, MM
2. Anggota Penguji : Prof. Dr. Carunia Mulya Firdausy, APU
: Louis Utama, SE., MM

Jakarta, 13 Januari 2021

Pembimbing,



(Prof. Dr. Carunia Mulya Firdausy, APU)

ABSTRACT

TARUMANAGARA UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

JAKARTA

(A) HESTY TIARA (115180111)

(B) *INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS THE MEDIATION VARIABLE ON SUSHI TEI MEDAN RESTAURANT CUSTOMERS*

(C) xvi + 95 pages, 17 tables, 9 figures, 7 attachments

(D) *MARKETING MANAGEMENT*

(E) *Abstract : The Purpose of this research is to examine empirically 1) the influence of service quality to customer loyalty, 2) the influence of service quality to customer satisfaction, 3) the influence of customer satisfaction to customer loyalty, and 4) the influence of service quality to customer loyalty through customer satisfaction. In this study, the sample was collected by using non probability sampling and purposive sampling techniques. The number of respondents sampled was 200 and the questionnaire was distributed by google form. The data was then estimated by using PLS-SEM. The results of this study are follows 1) service quality affects customer loyalty positively and significantly, 2) service quality affects customer satisfaction positively and significantly, 3) customer satisfaction affects customer loyalty positively and significantly, 4) customer satisfaction mediates service quality and customer loyalty positively and significantly.*

Keywords : Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

(F) *References : 53 (2008 – 2021)*

(G) Prof. Carunia Mulya Firdausy, MA., Ph.D

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

- (A) HESTY TIARA (115180111)
- (B) PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PELANGGAN RESTORAN SUSHI TEI MEDAN
- (C) xvi + 95 halaman, 17 tabel, 9 gambar, 7 lampiran
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) Abstrak : Tujuan dari penelitian ini untuk menguji secara empiris 1) pengaruh *service quality* terhadap *customer loyalty*, 2) pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction*, 3) pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty*, 4) pengaruh *service quality* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *non probability sampling* dan jenis *non probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*. Sampel responden adalah 200 dan kuisisioner disebarakan menggunakan *google form*. Pengolahan data ini menggunakan PLS-SEM. Hasil dari penelitian ini yaitu 1) terdapat pengaruh positif dan signifikan *service quality* terhadap *customer loyalty*, 2) terdapat pengaruh positif dan signifikan *service quality* terhadap *customer satisfaction*, 3) terdapat pengaruh positif dan signifikan *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty*, 4) terdapat pengaruh positif dan signifikan *service quality* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi.

Kata kunci: *Customer Loyalty, Service Quality, Customer Satisfaction*

- (F) DAFTAR PUSTAKA : 53 (2008 – 2021)
- (G) Prof. Carunia Mulya Firdausy, MA., Ph.D

*Great things come from hard
work & perseverance. No
excuses.*

Karya sederhana ini saya persembahkan untuk
kedua orang tua, adik, dan saya sendiri

KATA PENGANTAR

Namo Sanghyang Adi Buddhaya. Namo Buddhaya.

Puji syukur kepada Sang Triratna, Para Buddha dan Bodhisattva atas berkah dan anugerah-Nya sehingga skripsi saya yang berjudul “Pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Mediasi pada pelanggan restoran Sushi Tei Medan” dapat diselesaikan dengan baik guna mencapai gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara, Jakarta.

Saya ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu memberikan bimbingan, dorongan, motivasi dan semangat sehingga skripsi yang telah dikerjakan dalam kurun waktu selama empat bulan dapat terselesaikan. Kepada yang terhormat :

1. Dosen Pembimbing, Prof. Carunia Mulya Firdausy, MA., Ph.D, yang telah meluangkan waktu dan tenaga dalam membimbing dan memberikan arahan selama penulisan skripsi.
2. Bapak Dr. Sawidji Widodoatmodjo, S.E., M.M., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Ronnie Resdianto Masman, S.E., M.A., M.M., selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Bapak Dr. Keni, S.E., MM., selaku Ketua Jurusan Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
5. Bapak Franky Slamet, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
6. Ibu Ida Puspitowati, S.E., M.E., selaku Sekertaris 1 Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
7. Ibu Lydiawati Soelaiman, S.T., M.M., selaku Sekertaris 2 Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
8. Seluruh dosen dan asisten dosen yang telah mendidik dan memberikan banyak ilmu selama kuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

9. Kedua orang tua saya yaitu, Papa Chandra Goi dan Mama Lili yang telah mendukung segala hal perkuliahan saya baik dari segi moril maupun materil.

10. Teman – teman : Francisca, Amelia Arif, Sherly, Yulianti, Sherina, Kelvin Gunawan, Nicholas Jonathan, dan Kelvin Riandy.

11. Segenap keluarga baru saya yaitu UKM Liga Bulutangkis Universitas Tarumanagara (LBUT) khususnya angkatan 2018 yang telah mewarnai kehidupan perkuliahan saya dan memberikan saya pengalaman serta pelajaran berharga dalam berorganisasi.

12. Seluruh pihak yang telah ikut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini namun tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata, saya menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat membantu dan bermanfaat. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 5 Januari 2021

Penulis,

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized, cursive script that appears to read 'Hesty Tiara'. The signature is written on a white background.

Hesty Tiara

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT ...	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK.....	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Permasalahan	1
1. Latar Belakang	1
2. Identifikasi Masalah	5
3. Batasan Masalah.....	6
4. Rumusan Masalah	6
B. Tujuan dan Manfaat	6
1. Tujuan.....	6
2. Manfaat	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	8

A. Gambaran Umum Teori.....	8
B. Definisi Konseptual Variabel.....	8
C. Kaitan Antar Variabel	11
D. Penelitian yang Relevan.....	13
E. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
A. Desain Penelitian	23
B. Populasi, Teknik Pengambilan Sampel, Ukuran Sampel	23
C. Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	24
D. Analisis Validitas dan Reliabilitas	27
E. Analisis Data	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	31
A. Deskripsi Subjek Penelitian.....	31
B. Deskripsi Objek Penelitian	35
C. Hasil Analisis Validitas dan Reliabilitas	39
1. Hasil Analisis Validitas	39
2. Hasil Analisis Reliabilitas	44
D. Hasil Analisis Data.....	45
1. <i>Inner Model Analysis</i>	45
2. Hasil Pengujian <i>Goodness of Fit</i> (GoF).....	49
3. Hasil Pengujian Hipotesis dan Analisis Mediasi.....	50
E. Pembahasan.....	52
BAB V PENUTUP.....	60
A. Kesimpulan.....	60
B. Keterbatasan dan Saran	60

DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN.....	.68
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	94
HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN	95

DAFTAR PUSTAKA

- Abd-El-Salam, E. M., Shawky, A. Y., & El-Nahas, T. (2013). The impact of corporate image and reputation on service quality, customer satisfaction and customer loyalty: testing the mediating role. Case analysis in an international service company. *Journal of Business and Retail Management Research (JBRMR)*, 8(1), 130 - 153.
- Alfa, A. A., Rachmatin, D., & Agustina, F. (2017). Analisis pengaruh faktor keputusan konsumen dengan structural equation modeling partial least square. 5(2), 59-71.
- Bakti, I. M., & Sumaedi, S. (2013). An analysis of library customer loyalty. *Library Management*, 34 (6/7), 397-414.
- Bing Slamet, D. Y. (2014). Studi pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di restoran sushi tei di galaxy mall, surabaya. *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 3(2).
- Canny, C., & Tunjungsari, H. K. (2021). Pengujian faktor-faktor yang mempengaruhi purchase intention secondate. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 5(2), 395-404.
- Christianawati, T. A. (2018). Nilai estetika dan cita rasa makanan dalam penyajian makizushi musim gugur pada tv champion jepang. 14, 140 - 153.
- Duarte, P., & Amaro, S. (2018). Methods for modelling reflective-formative second order constructs in PLS. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 9(3), 295 - 313.
- Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *European Business Review*, 26(2), 106 - 121.

- Jeong , Y., & Lee, Y. (2010). A study on the customer satisfaction and customer loyalty of furniture purchaser in on-line shop. *The Asian Journal on Quality, 11*(2), 146 - 156.
- Juliana & Keni. (2020). Prediksi kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan: kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan, 2*(1), 110-121.
- Kartika, N. (2018). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen di suzana corner. *AGORA, 6*(2).
- Katircioglu, S. T., Mehtap-Smadi, S., Kilinc, C., & Unlucan, D. (2012). Service quality and university students' satisfaction on the travel agencies. *International Journal of Quality and Service Sciences, 4* (3), 299-311.
- Keni, K., & Sandra, K. K. (2021). Prediksi customer experience dan service quality terhadap customer loyalty: customer satisfaction sebagai variabel mediasi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis, 5*(1), 191-204.
- Kumar, A. (2017). Effect of service quality on customer loyalty and the mediating role of customer satisfaction: an empirical investigation for the telecom service industry. *Journal of Management Research and Analysis, 4*(4), 159-166.
- Makanyeza, C., & Chikazhe, L. (2017). Mediators of the relationship between service quality and customer loyalty. *International Journal of Bank Marketing, 35*(3), 540-556.
- Montolalu, M. T. (2013). The impact of service quality and price to customer satisfaction and customer loyalty in swiss-belhotel maleosan Manado. *Jurnal EMBA, 1*(4), 1491-1498.

- Narvanen , E., Kuusela, H., Paavola, H., & Sirola, N. (2020). A Meaning-Based Framework For Customer Loyalty. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 825-843.
- Nashar, M., & Taru. (2020). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Budaya Organisasi Terhadap Reputasi Perusahaan Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Applied Business Administration*, 156 - 163.
- Nguyen, Q., Nisar, T. M., Knox, D., & Prabhakar, G. P. (2018). Understanding customer satisfaction in the UK quick service restaurant industry. *British Food Journal*, 120(6), 1207-1222.
- Nirmalasari, I., & Dewi, A. S. (2015). Trust dan satisfaction sebagai variabel mediasi pengaruh service quality dan product quality pada loyalitas konsumen. 1 - 11.
- Nuchsarapringviriya, Fadzil, F., & Ismail, S. S. (2015). Service quality, customer satisfaction and customer loyalty in thailand's audit firms. *International Journal of Management and Applied Science*, 1(5), 34-40.
- Nunkoo, R., Teeroovengadum, V., Thomas, P., & Leonard, L. (2017). Integrating service quality as a second-order factor in a customer satisfaction and loyalty model. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(12), 2978-3005.
- Ouhna, L. (2019). Trust in relationships with agri-food distribution. *New Insights on Trust in Business-to-Business Relationships: A Multi-Perspective Approach Advances in Business Marketing & Purchasing*, 26, 103 - 119.
- Razali, N. N., Anuar, M. M., & Ngah, A. H. (2020). Green value and sustainable transportation engagement: The mediating role of attitude. 548 - 554.

- Rew, D., Jung, J., & Lovett, S. (2021). Examining the relationships between innovation, quality, productivity, and customer satisfaction in pure service companies. *The TQM Journal*, 33 (1), 57-70.
- Sidharta, E. L., & Keni. (2015). Pengaruh Service Fairness, Empathy Dan Physical Environment Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty. *Jurnal Manajemen*, XIX, 263-279.
- Slack, N. J., & Singh, G. (2019). The effect of service quality on customer satisfaction and loyalty and the mediating role of customer satisfaction. *The TQM Journal*, 32(3), 543-558.
- Slack, N., Singh, G., & Sharma, S. (2020). The effect of supermarket service quality dimensions and customer satisfaction on customer loyalty and disloyalty dimensions. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 12 (3), 297-318.
- Srivastava, M., & Rai, A. K. (2013). Investigating the mediating effect of customer satisfaction in the service quality - customer loyalty relationship. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 95-109.
- Swart, M. P. (2018). Providing service quality and customer care in tourism businesses. *The Emerald Handbook of Entrepreneurship in Tourism, Travel and Hospitality: Skills for Successful Ventures*, 191-206.
- Usakli, A., & Kucukergin, K. G. (2018). Using partial least squares structural equation modeling in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(11), 3462-3512.
- V. Kumar, P.A. Smart, H. Maddern, & R.S. Maull. (2008). Alternative perspectives on service quality and customer satisfaction: the role of BPM. *International Journal of Service Industry Management*, 176-187.

- Walley, K., Zhang, R., & Custance, P. (2012). Service quality in the language training market in China. *Marketing Intelligence & Planning*, 477 - 491.
- Wetzels, M., Schröder, G. O., & Oppen, C. V. (2009). Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: guidelines and empirical illustration. *MIS Quarterly*, 33(1).
- Widiaswara, T., & Sutopo. (2017). Analisis pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 1-15.
- Widyastuti, N. Atraksi wisata mempengaruhi motivasi pengunjung di restoran cimory riverside, Bogor, Jawa Barat. 1-20.
- Yanico, Y., & Keni, K. (2021). Perceived ease of use, trust, dan customer satisfaction sebagai prediktor terhadap repurchase intention. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 20(2), 107-118.
- Awwaabiin,S. (2021). Purposive Sampling: Pengertian, Jenis-Jenis, dan Contoh yang Baik dan Benar. Diakses pada tanggal 23 September 2021, dari <https://penerbitdeepublish.com/purposive-sampling/>
- Binus university. (2014). Uji Validitas Dan Reliabilitas. Diakses pada tanggal 15 Oktober 2021, dari <https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/>
- Crazfood.com (2017). Menu Sushi Tei Sun Plaza. Diakses pada tanggal 17 Oktober 2021, dari <https://crazfood.com/restaurant/menus/sushi-tei-sun-plaza-medan?page=2>
- Lubic,B. (2014). *The loyalty Effect*. Diakses pada 19 Januari 2022, dari https://www.ncda.org/aws/NCDA/page_template/show_detail/98743?model_name=news_article.
- Niman,M. (2021). Pandemi, Industri Makanan dan Minuman Tetap Perkasa. Diakses pada tanggal 16 Oktober 2021, dari

<https://www.beritasatu.com/ekonomi/755835/pandemi-industri-makanan-dan-minuman-tetap-perkasa>

Pengertian Non Probability Sampling dan Jenis-jenisnya. (2013). Diakses pada tanggal 23 September 2021, dari <https://www.temukanpengertian.com/2013/06/pengertian-nonprobability-sampling.html>

PT Sushi Tei Indonesia. (2021). Diakses pada 20 September 2021, dari <https://www.relasio.com/company/detail/639-pt-sushi-tei-indonesia>

Sushi Tei. (2019). Diakses pada tanggal 16 Oktober 2021, dari <https://www.centrepoin.co.id/stores/food-beverage/sushi-tei>

Sushi Tei. (2021). Diakses pada 21 September 2021, dari <http://www.theflavorbliss.com/our-tenants/1/26/>

Sushi Tei. (2022). Diakses pada 18 Januari 2022, dari https://www.tripadvisor.com/Restaurant_Review-g297725-d4234130-Reviews-Sushi_Tei-Medan_North_Sumatra_Sumatra.html

Sharma, M. *Loyalty Based Business Model – Explained!*. Diakses pada 22 September 2021, dari <https://www.yourarticlelibrary.com/business/loyalty-based-business-model-explained/48854>

Thomas, M. (2014). *Loyalty Business Model Explained*. Diakses pada 9 November 2021, dari <https://cx.walkme.com/loyalty-business-model-explained/>

Top Brand Award. (2018). Diakses pada 20 September 2021, dari <https://www.topbrand-award.com/en/2018/07/restoran-sushi-2018/>

Top Brand Award. (2019). Diakses pada 20 September 2021, dari <https://www.topbrand-award.com/en/2019/07/restoran-sushi-fase-2-2019/>

Top Brand Award. (2020). Diakses pada 20 September 2021, dari <https://www.topbrand-award.com/en/2020/06/restoran-sushi-fase-2-2020/>

Top Brand Award. Diakses pada 18 Januari 2022, dari https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=sushi%20tei

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

1. Nama : Hesty Tiara
2. Jenis Kelamin : Perempuan
3. Kewarganegaraan : Indonesia
4. Agama : Buddha
5. Tempat/tanggal lahir : Jakarta, 24 November 2000
6. Alamat : Jl. Mandor Komplek Krakatau Mandor Permai No.
23H, Medan.
7. Telepon : 087891959845
8. E-mail : hesty.115180111@stu.untar.ac.id

PENDIDIKAN FORMAL

1. 2018 – sekarang : S1 Manajemen, Universitas Tarumanagara
2. 2015 – 2018 : SMA Methodist - 2, Medan
3. 2012 – 2015 : SMP Methodist - 2, Medan
4. 2006 – 2012 : SD Hang Kesturi, Medan
5. 2004 – 2006 : TK Hang Kesturi, Medan

HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN

1/4/22, 10:44 AM

Turnitin

Turnitin Originality Report

Processed on: 04-Jan-2022 10:42 WIB
 ID: 1737289901
 Word Count: 10213
 Submitted: 1

PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PELANGGAN RESTORAN SUSHI TEI MEDAN By Sm Hesty Tiara



(Lerbin R. Artonang R.)
 Manajemen Litbang FE UNTAR

Similarity Index	Similarity by Source
4%	Internet Sources: 4% Publications: 3% Student Papers: N/A

1% match (Internet from 24-Nov-2021) https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/download/13136/8022
1% match (Internet from 24-Nov-2021) https://journal.untar.ac.id/index.php/jmbk/article/download/4764/2735
1% match (Internet from 26-Dec-2021) http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=518388&title=ATRAKSI+WISATA+MEMPENGARUHI+MOTIVASI+PENGUNJUNG+DI+RESTORAN+CIMORY+RIVERSIDE+BOGOR+JAWA+
1% match (Internet from 14-Oct-2021) https://www.beritasatu.com/ekonomi/755835/pandemi-industri-makanan-dan-minuman-tetap-perkasa
1% match (Internet from 29-Apr-2021) https://ecampus.pelitabangsa.ac.id/pb/Ambillampiran?clazz=ais.database.model.file.LampiranLain&download=false&jenis=Item&jurusan=&ref=25672&usingId=false
1% match (Internet from 22-Aug-2019) https://media.neliti.com/media/publications/287161-pengaruh-kualitas-produk-dan-kualitas-la-83ef0d90.pdf
<p>SKRIPSI PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PELANGGAN RESTORAN SUSHI TEI MEDAN DIAJUKAN OLEH : NAMA : HESTY TIARA NIM : 115180111 UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT - SYARAT GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TARUMANAGARA JAKARTA 2021/2022 BAB I PENDAHULUAN A. PERMASALAHAN 1. Latar Belakang Masalah Perkembangan ekonomi yang cukup stabil sebelum pandemic Covid-19 membawa dampak positif bagi dunia usaha. Hal ini karena didukung dengan daya beli masyarakat yang cukup tinggi. Kondisi ekonomi ini, membuka peluang bisnis yang baik bagi para pelaku bisnis yang akan membuka usaha bisnis. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan ekonomi Indonesia, maka semakin tinggi daya beli masyarakat. Dengan semakin tinggi tingkat daya beli masyarakat, maka semakin besar juga peluang bagi para pelaku bisnis untuk</p>