



**PERAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI
PEMEDIASI PADA PENGARUH RESTAURANT
IMAGE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY TAHUN
2023 (Survey Pada Customer Restoran Joglone Karto)**

TESIS

OLEH

MOCHAMMAD BURHANUDDIN ROBBANI

55222110050

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

2024



**PERAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI
PEMEDIASI PADA PENGARUH RESTAURANT
IMAGE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY TAHUN
2023 (Survey Pada Customer Restoran Joglone Karto)**

TESIS PENELITIAN

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi**

OLEH

MOCHAMMAD BURHANUDDIN ROBBANI

55222110050

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2024**



MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Moch Burhanuddin Robbani
NIM : 55222110050
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Kosentrasi : *Corporate and Marketing Communication*
Judul Karya Akhir/Tesis : Peran Customer Satisfaction Sebagai Pemediasi Pada Pengaruh Restaurant Image Terhadap Customer Loyalty Tahun 2023 (Survey Pada Customer Restoran Joglone Karto)

Jakarta, 15 Agustus 2024

Dosen Pembimbing

(Dr. Yoyoh Hereyal, M.Si)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : Peran Customer Satisfaction Sebagai Pemediasi Pada Pengaruh
Restaurant Image Terhadap Customer Loyalty Tahun 2023
(Survey Pada Customer Restoran Joglone Karto)

Nama : Moch Burhanuddin Robbani

NIM : 55222110050

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*

Tanggal : 15 Agustus 2024

Jakarta, 15 Agustus 2024
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si)
2. Penguji Ahli :
(Prof. Dr. Suraya, M.Si)
3. Pembimbing :
(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)



()

()

()

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Peran Customer Satisfaction Sebagai Pemediasi Pada Pengaruh
Restaurant Image Terhadap Customer Loyalty Tahun 2023
(Survey Pada Customer Restoran Joglone Karto)

Nama : Moch Burhanuddin Robbani

NIM : 55222110050

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

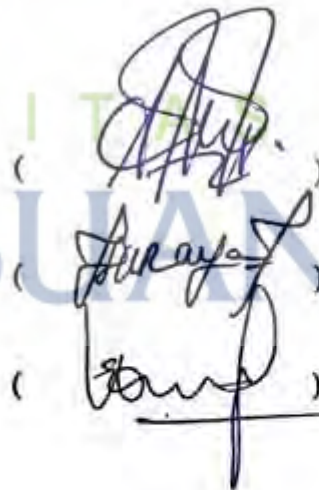
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*

Tanggal : 15 Agustus 2024

Jakarta, 15 Agustus 2024
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si)
2. Penguji Ahli :
(Prof. Dr. Suraya, M.Si)
3. Pembimbing :
(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)



(
(
(



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Moch Burhanuddin Robbani
NIM : 55222110050
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Kosentrasi : *Corporate and Marketing Communication*
Judul Karya Akhir/Tesis : Peran Customer Satisfaction Sebagai Pemediasi Pada Pengaruh Restaurant Image Terhadap Customer Loyalty Tahun 2023 (Survey Pada Customer Restoran Joglone Karto)

Jakarta, 15 Agustus 2024

Dosen Pembimbing

(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi

(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi

(Dr. Heri Budianto, M.Si)

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Moch Burhanuddin Robbani
NIM : 55222110050
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

dengan judul "Peran Customer Satisfaction Sebagai Pemediasi Pada Pengaruh Restaurant Image Terhadap Customer Loyalty Tahun 2023 (Survey Pada Customer Restoran Joglone Karto)", telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 05 Agustus 2024, didapatkan nilai persentase sebesar 30%.

Jakarta, 05 Agustus 2024

Administrator Turnitin



Aulia Rahman, S.Ikom

U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Peran Customer Satisfaction Sebagai Pemediasi Pada Pengaruh Restaurant Image Terhadap Customer Loyalty Tahun 2023 (Survey Pada Customer Restoran Joglone Karto)
Nama : Moch Burhanuddin Robbani
NIM : 55222110050
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Tanggal : 15 Agustus 2024

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 15 Agustus 2024



Moch Burhanuddin Robbani

UNIVERS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dalam sektor bisnis restoran, berorientasi pada pelanggan menjadi hal yang penting dalam konsep pemasaran yang mengidentifikasi kebutuhan pelanggan sehingga menghasilkan kepuasan. Salah satu upaya untuk mendorong terciptanya loyalitas dalam bisnis restoran yaitu dengan menciptakan citra merek yang baik di mata pelanggan. Oleh karena itu, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran customer satisfaction dalam memediasi pengaruh restaurant image terhadap loyalty customer. Penelitian ini menggunakan teori SOR sebagai kerangka kerja untuk memahami hubungan antara variabel. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survey menggunakan kuesioner. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui penyebaran kuesioner kepada 211 responden dengan menggunakan rumus slovin. Metode penarikan sampel menggunakan non probability sampling melalui teknik purposive sampling. Teknik analisis data menggunakan analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Brand image berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen restoran Joglone Karto 2) Brand image berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran Joglone Karto 3) Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen restoran Joglone Karto 4) Kepuasan konsumen memediasi pengaruh brand image terhadap loyalitas konsumen restoran Joglone Karto.

Kata kunci : restaurant image, customer satisfaction, customer loyalty.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

To gain a competitive advantage in the restaurant business sector, customer orientation becomes essential in a marketing concept that identifies customer needs, leading to customer satisfaction. One of the efforts to foster loyalty in the restaurant business is by creating a positive brand image in the eyes of customers. Therefore, this study aims to analyze the role of customer satisfaction in mediating the influence of restaurant image on customer loyalty. This study uses the SOR theory as a framework to understand the relationship between variables. This study is a quantitative study with a survey method using a questionnaire. The data collection technique used was through distributing questionnaires to 211 respondents using the slovin formula for the non-probability sampling method through purposive sampling techniques. The data analysis technique used path analysis. The results of the study indicate that 1) Brand image has a significant effect on consumer loyalty at Joglone Karto restaurant 2) Brand image has a significant effect on consumer satisfaction at Joglone Karto restaurant 3) Consumer satisfaction has a significant effect on consumer loyalty at Joglone Karto restaurant 4) Consumer satisfaction mediates the effect of brand image on consumer loyalty at Joglone Karto restaurant.

Keywords : restaurant image, customer satisfaction, customer loyalty.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kesempatan serta rahmat-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Peran Customer Satisfaction Sebagai Pemediasi Pada Pengaruh Restaurant Image Terhadap Customer Loyalty Tahun 2023 (Survey Pada Customer Restoran Joglone Karto).” Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Penulis telah menyusun tesis ini secara maksimal dengan dukungan dari berbagai pihak materil serta moral yang diberikan, maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan ruang dukungan, ilmu, saran serta arahan selama proses penyusunan thesis.
2. Prof. Dr. Suraya, M.Si selaku Dosen penelaah pada sidang Seminar Hasil yang sudah memberikan waktu, masukan, saran serta kritik untuk mempertajam analisis secara kritis dalam penelitian. Terima kasih atas motivasi, masukan dan saran ibu
3. Dr. Afdal Makkuraga, M.Si selaku Ketua Sidang Pada pelaksanaan Sidang Akhir.
4. Bapak Dr. Heri Budianto, M.Si. selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi.
5. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.

6. Seluruh Dosen-Dosen Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, untuk segala ilmu dan waktu yang selama ini telah diberikan.
7. Para staf Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah membantu dan memudahkan dalam pengurusan berkas untuk menyelesaikan tesis ini.
8. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan semangat serta doa-doa yang dipanjatkan untuk keberhasilan penyusunan tesis ini.
9. Istri dan anak yang telah memberikan dukungan, memotivasi dan semangat dalam proses penulisan thesis dari awal hingga selesai.
10. Keluarga besar Mahasiswa Prodi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Angkatan 41.
11. Seluruh pelanggan restoran Joglone Karto yang menjadi responden penelitian saya

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis membuka diri untuk menerima saran dan kritik yang konstruktif demi perbaikan di masa mendatang.

Akhir kata, penulis berharap bahwa tesis ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan bermanfaat bagi pembaca.

Bekasi, 15 Agustus 2024

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iv
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	v
PERNYATAAN.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Praktis	9
1.4.2 Manfaat Teoritis.....	9
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Kajian Literatur	11
2.1.2 Kebaruan (<i>Novelty</i>).....	44
2.2 Kajian Teori.....	45
2.2.1 Komunikasi Intrapersonal.....	45
2.2.2 Model Komunikasi S-O-R.....	46
2.2.3 Komunikasi Pemasaran.....	47
2.2.4 Brand Image.....	49
2.2.5 Customer Satisfaction	52
2.2.6 Customer Loyalty	54

2.3	Kerangka Berpikir	57
2.3.1	Pengaruh brand image terhadap kepuasan pelanggan	57
2.3.2	Pengaruh brand image dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan	57
2.3.3	Peran kepuasan pelanggan memediasi pengaruh brand image terhadap loyalitas pelanggan	58
2.4	Hipotesis.....	59
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....		61
3.1	Paradigma Penelitian.....	61
3.2	Pendekatan Penelitian	61
3.3	Metode Penelitian.....	62
3.4	Definisi dan Operasional Variabel	63
3.4.1	Variabel Independen (X)	63
3.4.2	Variabel Dependen (Y).....	63
3.4.3	Variabel Intervenning (Z)	64
3.5	Populasi dan Sampel	66
3.5.1	Populasi.....	66
3.5.2	Sampel	67
3.5.3	Teknik Sampling.....	68
3.6	Teknik Pengumpulan Data	68
3.6.1	Data Primer	68
3.6.2	Data Sekunder.....	69
3.7	Uji Instrumen.....	69
3.7.1	Uji Validitas.....	70
3.7.2	Uji Reliabilitas	71
3.8	Teknik Analisis Data	72
3.8.1	Uji Asumsi Klasik.....	73
3.8.2	Analisis Deskriptif	73
3.8.3	Uji Korelasi Pearson	74
3.8.4	Analisis Koefisien Jalur	74
3.8.5	Uji Signifikansi parameter individual (uji t).....	74
3.8.6	Koefisiensi Determinasi (R-Square).....	75

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	76
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	76
4.2 Analisis Data dan Hasil Penelitian.....	78
4.2.1 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	78
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	81
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	83
4.2.4 Uji Korelasi Pearson.....	86
4.2.5 Uji Hipotesis.....	88
4.3 Pembahasan.....	94
4.3.1 Analisa Teori Komunikasi Intrapersonal, Teori SOR, dan Teori Komunikasi Pemasaran.....	94
4.3.2 Pengaruh citra restoran terhadap loyalitas pelanggan.....	100
4.3.3 Pengaruh citra restoran terhadap kepuasan pelanggan.....	101
4.3.4 Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.....	101
4.3.5 Kepuasan pelanggan memediasi pengaruh signifikan citra restoran terhadap loyalitas pelanggan.....	102
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	104
5.1 Kesimpulan.....	104
5.2 Saran.....	105
5.2.1 Saran Akademis.....	105
5.2.2 Saran Praktis.....	105
DAFTAR REFERENSI.....	106
LAMPIRAN.....	114

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kajian Literatur	21
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel <i>Restaurant Image</i> (X)	64
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	65
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Loyalitas Pelanggan	66
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas.....	70
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas	72
Tabel 4.1 Pengunjung Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
Tabel 4.2 Pengunjung Berdasarkan Usia	78
Tabel 4.3 Pengunjung Berdasarkan pendapatan Bulanan	79
Tabel 4.4 Pengunjung Berdasarkan Pekerjaan.....	79
Tabel 4.5 Pengunjung Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	80
Tabel 4.6 Pengunjung Berdasarkan Rombongan Kunjungan	80
Tabel 4.7 Pengunjung Berdasarkan Tujuan Kunjungan	81
Tabel 4.8 Analisis Variabel Brand Image	81
Tabel 4.9 Analisis Variabel Customer Satisfaction	82
Tabel 4.10 Analisis Variabel Customer Loyalty	83
Tabel 4.11 Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov	84
Tabel 4.12 Uji Heteroskedastisitas Model 1	85
Tabel 4.13 Uji Heteroskedastisitas Model 2	85
Tabel 4.14 Uji Multikolinearitas Model 1.....	86
Tabel 4.15 Uji Multikolinearitas Model 2.....	86
Tabel 4.16 Hasil Korelasi Pearson Antar Variabel.....	87
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Pengaruh X terhadap Y	89
Tabel 4.18 Koefisien Determinasi Regresi Linier Model 1	89
Tabel 4.19 Hasil Analisis Regresi Pengaruh X dan Z Terhadap Y.....	90
Tabel 4.20 Koefisien Determinasi Regresi Linier Model 2	91
Tabel 4.21 Rangkuman Hasil Koefisien Jalur.....	94
Tabel 0.1 Data Variabel Brand Image	120
Tabel 0.2 Data Variabel Customer Satisfaction (Z) & Customer Loyalty (Y) ...	128

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Data Pelanggan Tahun 2017-2022.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	59
Gambar 3.1 Persamaan Struktural.....	74
Gambar 4.1 Restoran Tampak Sisi Taman	76
Gambar 4.2 Model Struktural 1	90
Gambar 4.3 Model Struktural 2	92
Gambar 4.4 Model Analisis Jalur.....	92
Gambar 4.5 Ulasan Pelanggan Mengenai Kualitas Harga.....	96
Gambar 4.6 Peringkat Bintang Google Review	98



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisoner Penelitian.....	114
Lampiran 2 Uji Analisis Data	118
Lampiran 3 Rekapitulasi Kuisoner	120
Lampiran 4 Data Output SPSS.....	136
Lampiran 5 Permohonan Penelitian	140
Lampiran 6 Hasil Cek Turnitin	141
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup.....	142



UNIVERSITAS
MERCU BUANA