

SKRIPSI

PREDIKSI *CUSTOMER PERCEIVED VALUE*, *SERVICE QUALITY*, DAN *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* WING HENG HONGKONG DIMSUM SHOP DI JAKARTA



DIAJUKAN OLEH :

NAMA : JENIFFER

NIM : 115150109

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

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

2019

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

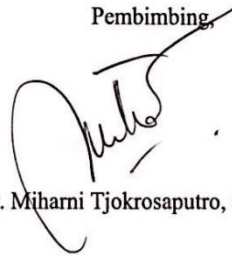
JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : Jeniffer
NO. MAHASISWA : 115150109
PROGRAM/JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
BIDANG KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PREDIKSI *CUSTOMER PERCEIVED VALUE*,
SERVICE QUALITY, DAN *CUSTOMER*
SATISFACTION TERHADAP *CUSTOMER*
LOYALTY WING HENG HONGKONG DIMSUM
SHOP DI JAKARTA

Jakarta, 4 Juli 2019

Pembimbing,



(Dr. Miharni Tjokrosaputro, S.E., M.M.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Jeniffer
NO. MAHASISWA : 115150109
PROGRAM/JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
BIDANG KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PREDIKSI *CUSTOMER PERCEIVED VALUE*,
SERVICE QUALITY, DAN *CUSTOMER*
SATISFACTION TERHADAP *CUSTOMER*
LOYALTY WING HENG HONGKONG DIMSUM
SHOP DI JAKARTA

Tanggal: 30 Juli 2019

KETUA PENGUJI:



Rodhiah Dra., M.M.

Tanggal: 30 Juli 2019

ANGGOTA PENGUJI:



Dr. Miharni Tjokrosaputro, S.E., M.M.

Tanggal: 30 Juli 2019

ANGGOTA PENGUJI:



Dr. Keni, S.E., M.M.

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

ABSTRAK

(A) JENIFFER

(B) PREDIKSI *CUSTOMER PERCEIVED VALUE*, *SERVICE QUALITY*, DAN
CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* WING
HENG HONGKONG DIMSUM SHOP DI JAKARTA

(C) xiv + 81 halaman, 2019, tabel 21, gambar 6, lampiran 4

(D) MANAJEMEN PEMASARAN

(E) Abstrak: Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah *Customer Perceived Value*, *Service Quality*, dan *Customer Satisfaction* merupakan prediktor positif untuk *Customer Loyalty* Wing Heng Hongkong Dimsum Shop. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 105 orang yang mengonsumsi Wing Heng Hongkong Dimsum Shop. Teknik pengambilan sampel adalah *convenience sampling* dan menggunakan kuisioner. Data di analisis menggunakan *software* SPSS versi 23. Hasil menunjukkan bahwa *Customer Perceived Value* dan *Customer Satisfaction* terbukti merupakan prediktor positif untuk *Customer Loyalty* sedangkan *Service Quality* bukan.

(F) Daftar Pustaka

(G) Dr. Miharni Tjokrosaputro, S.E., M.M.

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

ABSTRACT

(A) JENIFFER

(B) *PREDICTION OF CUSTOMER PERCEIVED VALUE, SERVICE QUALITY, AND CUSTOMER SATISFACTION ON CUSTOMER LOYALTY WING HENG HONGKONG DIMSUM SHOP AT JAKARTA*

(C) xiv + 81 pages, 2019, tables 21, pictures 6, attachments 4

(D) *MARKETING MANAGEMENT*

(E) *Abstract: The purpose of this study was to determine whether Customer Perceived Value, Service Quality, and Customer Satisfaction are positive predictors of Wing Heng Hongkong Dimsum Shop Customer Loyalty.. The sample in this study amounted to 105 peoples who consume Wing Heng Hongkong Dimsum Shop at Jakarta. The sampling technique is convenience sampling and use a questionnaire. Data were analyzed by using SPSS version 23. The results show that Customer Perceived Value and Customer Satisfaction are proving to be a predictor of Customer Loyalty while Service Quality is not.*

(F) *Reference List*

(G) Dr. Miharni Tjokrosaputro, S.E., M.M.