

**PENGARUH *CUSTOMER DELIGHT* TERHADAP *BEHAVIORAL –  
INTENTIONS BATTERY***

**(Studi Kasus Pada Pelanggan Di McDonald's Citraland Semarang)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan**

**Program Sarjana (S1) Pada Fakultas Ekonomi**

**Universitas Katolik Soegijapranata**

**Semarang**



**Di susun Oleh :**

**Nama : Benedictus Indra Sakti Wibowo  
NIM : 01.30.0242  
Jurusan : Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

**SEMARANG**

**2007**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Nama : Benedictus Indra Sakti Wibowo  
NIM : 01.30.0242  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH *CUSTOMER DELIGHT* TERHADAP  
*BEHAVIORAL-INTENTIONS BATTERY* (Studi Kasus Pada  
Pelanggan Di McDonald's Citraland Semarang)



Disetujui di Semarang, Januari 2007

Dosen Pembimbing,

(Bertha Bakti R, SE, MSi )

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Benedictus Indra Sakti Wibowo  
NIM : 01.30.0242  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH *CUSTOMER DELIGHT* TERHADAP  
*BEHAVIORAL-INTENTIONS BATTERY* (Studi Kasus Pada  
Pelanggan Di McDonald's Citraland Semarang)

Telah diuji dan dipertahankan pada :

Hari : Jumat

Tanggal : 26 Januari 2007

Pembimbing,

Mengetahui,

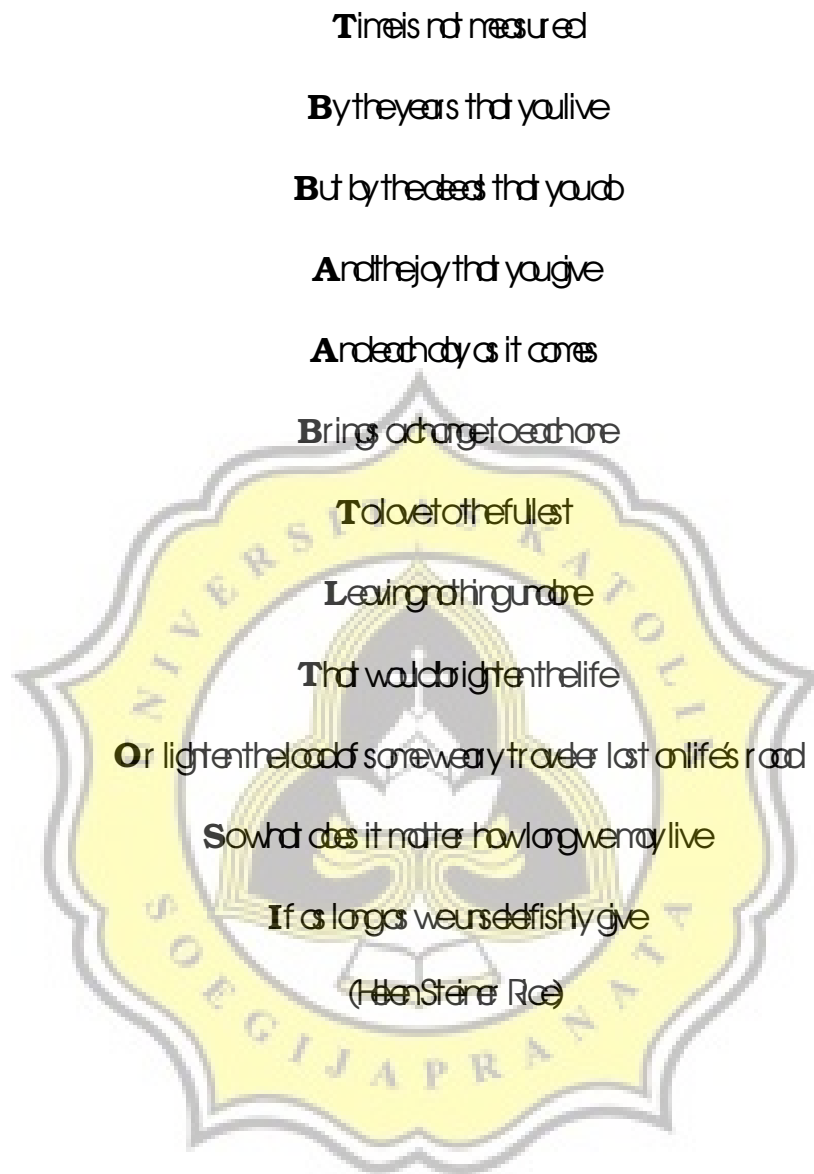
Koordinator Penguji,

Bertha Bekti R, SE, MSi

A. Sentot Suciarto, PhD

Dekan Fakultas Ekonomi,

A. Sentot Suciarto, PhD



**S** kripsi ini kupersembahkan kepada :

**T**uhan Yesus Kristus yang telah memberkahi hidup

yang terbaik dengan kasihNya,

**K**edua orangtuaku dan adik-adikku yang telah

memberikan semuanya dalam hidupku,

Juga untuk Agnes tercinta yang membuatku merasa

tidak pernah berjalan sendiri



## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *customer delight* terhadap *behavioral intention battery*. Di duga ada pengaruh positif dan signifikan dari *customer delight* terhadap *behavioral intention battery*.

Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan McDonald's Citraland yang melakukan pembelian minimal sekali dalam sebulan sejumlah 100 orang dan diperoleh secara *purposive sampling*. Data yang diperoleh di skor, di tabulasi dan di analisis dengan menggunakan regresi sederhana.

Hasil analisis data diperoleh  $R^2 = 0,340$ ,  $t$  hitung = 7,105 ( $p < 0,01$ ), dan  $F$  hitung = 50,487 ( $p < 0,01$ ). Artinya ada pengaruh positif dan signifikan dari *customer delight* terhadap *behavioral intention battery*. Semakin tinggi *delight* yang dirasakan konsumen maka semakin tinggi *behavioral intentions battery*-nya. Sebaliknya semakin rendah *delight* yang dirasakan konsumen maka semakin rendah *behavioral intentions battery*-nya. Dengan demikian hipotesis yang diajukan peneliti diterima. Sumbangan efektif variabel *customer delight* terhadap *behavioral intentions battery* sebesar 34%.



## KATA PENGANTAR

Dalam perkembangan ekonomi yang semakin pesat dan persaingan yang semakin ketat, maka banyak muncul berbagai usaha dalam berbagai bidang salah satunya bidang jasa. Maka sudah menjadi kewajiban bagi perusahaan jasa yang ingin terus bertahan dan berkembang dalam persaingan tersebut memperhatikan tingkat kepuasan konsumen. Dengan memperhatikan apa yang menjadi harapan dari para konsumen dan bahkan kemudian dapat memenuhi apa yang diinginkan konsumen tersebut, maka sudah dapat dipastikan bahwa perusahaan tersebut akan dapat bertahan dan bahkan menjadi lebih maju di dalam persaingan yang sejenis.

Berdasarkan beberapa hasil penelitian terakhir ditemukan bahwa kepuasan konsumen hanya memberikan pengaruh yang kecil terhadap *behavioral intention battery*. Untuk meningkatkan *behavioral intentions battery*, maka kepuasan konsumen harus dipicu sampai berada pada level yang paling tinggi yaitu *delight*. Banyak ahli pemasaran yang menyatakan bahwa *delight* ini memiliki pengaruh yang kuat dalam memprediksi *behavioral intentions battery*, namun belum banyak bukti yang diperoleh secara empiris. Berdasarkan hal ini, penelitian ini akan menguraikan tentang pengaruh *customer delight* terhadap *behavioral intentions battery* pada pelanggan McDonald's Citraland Semarang.

Puji syukur peneliti persembahkan pada Tuhan Yesus Kristus yang telah memelihara dan memberikan kasih, rahmat serta anugerahNya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Penelitian ini tidak lepas dari

bantuan semua pihak, sehingga dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak A. Sentot Suciarto, PhD, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang
2. Ibu Bertha Bektı R, SE, Msi, selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan pengarahan dan dorongan selama penelitian ini.
3. Papa Venantius Marianto dan Mama Maria Suzana Erna Ruliyanti yang selalu memberikan perhatian dan dukungan baik secara materi dan imateri, serta adik-adikku Yosef Ario Bimo dan Renata Dina Sasti, yang selalu membuat hidupku penuh dengan warna.
4. Eyang Putri dan Eyang Kakung yang selalu memberikan perhatian. Semoga skripsi ini bisa menjadi kado kecil yang membahagiakan kalian. *Matur suwun* Mbah.
5. Agnes Ratih Paskalia, seseorang yang selalu menemani hari-hariku menjadi lebih bermakna lagi. Terima kasih atas perhatian dan kasih sayangnya.
6. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Keterbatasan yang dimiliki peneliti menyebabkan penelitian ini tidak lepas dari kelemahan, sehingga saran dan kritik yang membangun diharapkan bisa meningkatkan kualitas dari skripsi ini. Akhir kata peneliti berharap semoga karya ini bisa bermanfaat bagi banyak pihak, khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Semarang, Februari 2007

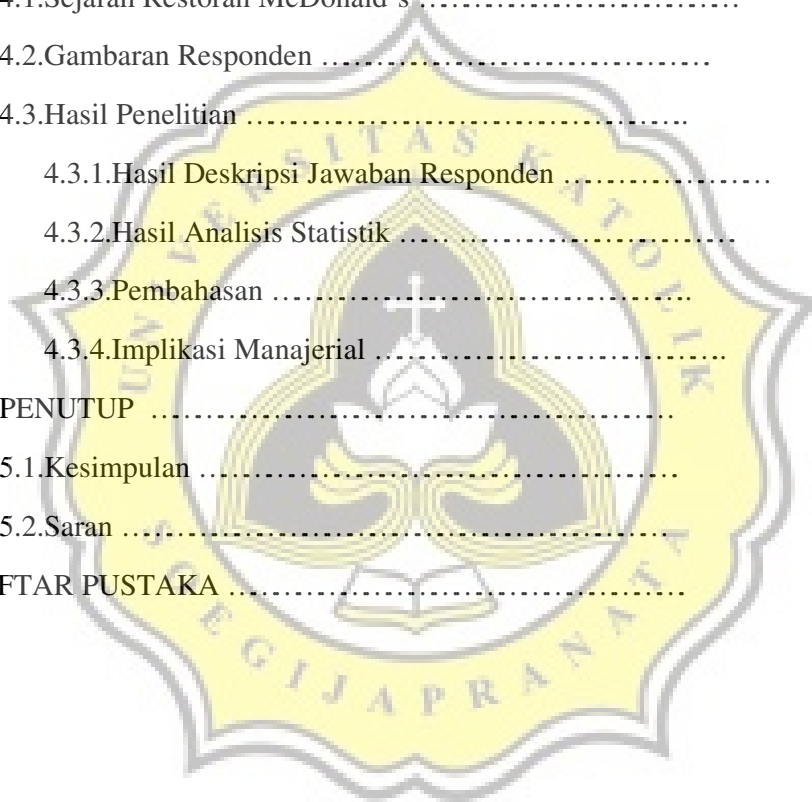
Peneliti



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
ABSTRAKSI .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
I. PENDAHULUAN .....	1
1.1.Latar Belakang Masalah .....	1
1.2.Perumusan Masalah .....	6
1.3.Tujuan Penelitian .....	6
1.4.Manfaat Penelitian .....	7
1.5.Sistematika Penulisan .....	7
II. TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1. <i>Behavioral-Intentios Battery</i> .....	9
2.2. <i>Customer Delight</i> .....	13
2.3.Kerangka Pikir Penelitian .....	18
2.4.Hipotesis .....	21
2.5.Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	22
III. METODE PENELITIAN .....	26
3.1.Obyek dan Lokasi Penelitian .....	26
3.2.Populasi dan Sampel .....	26

3.3.Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data .....	27
3.4.Validitas dan Reliabilitas .....	28
3.4.1.Validitas .....	28
3.4.2.Reliabilitas .....	31
3.5.Metode Analisis Data .....	33
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....	37
4.1.Sejarah Restoran McDonald's .....	37
4.2.Gambaran Responden .....	38
4.3.Hasil Penelitian .....	41
4.3.1.Hasil Deskripsi Jawaban Responden .....	41
4.3.2.Hasil Analisis Statistik .....	49
4.3.3.Pembahasan .....	50
4.3.4.Implikasi Manajerial .....	57
V. PENUTUP .....	59
5.1.Kesimpulan .....	59
5.2.Saran .....	59
DAFTAR PUSTAKA .....	61



## DAFTAR TABEL

2.1. Jenis Pelanggan Berdasarkan Loyalitas .....	14
3.1. Skor Angket Penelitian .....	28
3.2. Rincian Koefisien Validitas <i>Behavioral Intentions Battery</i> .....	30
3.3. Rincian Koefisien Validitas <i>Customer Delight</i> .....	31
4.1. Produk McDonald's .....	37
4.2. Karakteristik Responden .....	38
4.3. Produk yang di Konsumsi Responden McDonald's Citraland Semarang .....	40
4.4. Frekuensi Tanggapan Responden atas <i>Behavioral Intentions Battery</i>	43
4.5. Frekuensi Tanggapan Responden atas <i>Customer Delight</i> .....	47
4.6. Skor Responden <i>Behavioral Intentions Battery</i> dan <i>Customer Delight</i> .....	48



## DAFTAR GAMBAR

2.1. Diagram Kerangka Pikir Penelitian .....	21
--	----



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Validitas dan Reliabilitas .....	64
2. Angket Penelitian .....	66
3. Tabulasi Data Penelitian .....	72
4. Hasil Uji Hipotesis .....	78
5. Surat Pernyataan Keaslian Skripsi .....	90

