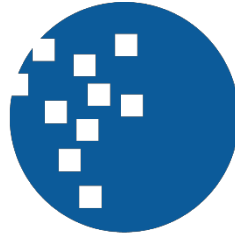


**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
CUSTOMER SATISFACTION SERTA IMPLIKASINYA PADA
BEHAVIOURAL INTENTIONS FAST FOOD RESTAURANT :
TELAAH PADA PELANGGAN CFC**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Maria Meillintika Sari

00000029999

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2022**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
CUSTOMER SATISFACTION SERTA IMPLIKASINYA PADA
BEHAVIOURAL INTENTIONS FAST FOOD RESTAURANT :
TELAAH PADA PELANGGAN CFC**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen (S.M)

Maria Meillintika Sari

00000029999

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

TANGERANG

2022

i

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Maria Meillintika Sari

Nomor Induk Mahasiswa : 00000029999

Program studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Customer Satisfaction* Serta Implikasinya Pada *Behavioural Intentions Fast Food Restaurant* : Telaah Pada Pelanggan CFC merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka. Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 13 Juni 2022



Maria Meillintika Sari

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
CUSTOMER SATISFACTION SERTA IMPLIKASINYA PADA
BEHAVIOURAL INTENTIONS FAST FOOD RESTAURANT :
TELAAH PADA PELANGGAN CFC**

Oleh


Nama : Maria Meillintika Sari
NIM : 00000029999
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis


Telah diujikan pada hari Sabtu, 2 Juli 2022
Pukul 14.30 s.d 16.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.


Ketua Sidang

Penguji


Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., M.M., CSCP.
0312087404
Pembimbing 1


Ir. Arief Iswariyadi, M.Sc., Ph.D
0316026404
Pembimbing 2


Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O.,
0323047801
Ketua Program Studi


Nosica Rizkalla, S.E, M.Sc., C.B.O.,
0320089001


Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., M.M., CSCP.
0312087404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maria Meillintika Sari

NIM : 00000029999

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

JenisKarya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Customer Satisfaction* Serta Implikasinya Pada *Behavioural Intentions Fast Food Restaurant* : Telaah Pada Pelanggan CFC beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 13 Juni 2022

Yang menyatakan,



(Maria Meillintika Sari)

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul :

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Customer Satisfaction* Serta Implikasinya Pada *Behavioural Intentions* Fast Food Restaurant : Telaah Pada Pelanggan CFC sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik dan tepat waktu. Tujuan dari penulisan laporan skripsi ini adalah salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar S1 Sarjana Manajemen (S.M) di Universitas Multimedia Nusantara.

Selama menyusun laporan skripsi, penulis mendapatkan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yesus yang selalu memberkati dan menyertai penulis sampai saat ini penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik.
2. Ibu yang telah memberikan motivasi untuk bisa lulus tepat waktu dan mendoakan penulis dari surga.
3. Ayah dan Kakak penulis yang selalu mendukung selama kegiatan perkuliahan sampai selesai.
4. Erik Hariadi sebagai pacar yang telah mendukung, membantu, dan memberikan semangat untuk penulis selama menyusun laporan skripsi.
5. Bapak Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., M.M., CSCP., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara dan Ketua Sidang.
6. Bapak Ir. Arief Iswariyadi, M.Sc., Ph.D., selaku Penguji yang telah memberikan masukan yang lebih baik untuk tugas akhir ini.
7. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan dan arahan atas terselesainya tugas akhir ini.
8. Ibu Nosica Rizkalla, S.E, M.Sc., C.B.O., sebagai Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan dan arahan atas terselesainya tugas akhir ini.

9. Teman-teman seperjuangan dan satu jurusan penulis seperti Vina, Lusi, dan Alfaros yang telah membantu dalam menyusun tugas akhir ini.
10. Teman-teman seperjuangan dan satu jurusan penulis seperti Tasya dan Grace yang saling membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Teman-teman seperjuangan penulis yang berbeda jurusan seperti Jesika, Aliviyah, Martin, Aldy, dan Arvin yang saling mendukung dalam menyelesaikan tugas akhir ini
12. Teman-teman responden yang sudah bersedia meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner dengan baik

Penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis menyampaikan permohonan maaf untuk kekurangan dalam penulisan laporan skripsi ini. Penulis akan bersedia untuk menerima masukan dan saran terhadap kekurangan dari laporan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis berharap laporan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca serta penulis berharap dapat menyusun karya ilmiah yang lebih baik lagi untuk di masa depan.

Tangerang, 13 Juni 2022



(Maria Meillintika Sari)

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
CUSTOMER SATISFACTION SERTA IMPLIKASINYA PADA
BEHAVIOURAL INTENTIONS FAST FOOD RESTAURANT :
TELAAH PADA PELANGGAN CFC**

Maria Meillintika Sari

ABSTRAK

Dengan adanya pandemi covid-19, membuat berbagai macam sektor industri ikut merasakan dampak negatifnya. Salah satu sektor industri yang terkena dampak negatif akibat pandemi covid-19 yaitu makanan dan minuman. Dampak negatif yang paling dirasakan oleh sektor industri makanan dan minuman yaitu kerugian dan penurunan penjualan. Hal ini membuat Restaurant Fast Food CFC mengalami kerugian dan penurunan penjualan dengan menutup 161 gerai serta penjualan perusahaan menurun dari Rp137,94 miliar menjadi Rp76,58 miliar pada tahun 2021.

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan *Behavioural Intentions* terhadap Restaurant Fast Food CFC dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhinya. Penelitian ini melakukan survey dengan cara menyebarkan kuisioner secara online. Kemudian peneliti melakukan analisis dari survey tersebut menggunakan metode SEM (Structural Equation Model) dengan software Lisrel versi 8.8 yang membutuhkan responden sebanyak 130 orang yang lolos *screening*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Food Quality* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Perceived Value*, *Customer Perceived Value* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*, dan *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioural Intentions* sedangkan *Physical Environment Quality* dan *Employee Service Quality* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Customer Perceived Value*.

Kata kunci: *Food Quality, Physical Environment Quality, Employee Service Quality, Customer Perceived Value, Customer Satisfaction, Behavioural Intentions*

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
CUSTOMER SATISFACTION SERTA IMPLIKASINYA PADA
BEHAVIOURAL INTENTIONS FAST FOOD RESTAURANT :
TELAAH PADA PELANGGAN CFC**

Maria Meillintika Sari

ABSTRACT (English)

With the COVID-19 pandemic, various industrial sectors have felt the negative impact. One of the industrial sectors that has been negatively affected by the COVID-19 pandemic is food and beverage. The most negative impact felt by the food and beverage industry sector was losses and decreased sales. This caused Restaurant Fast Food CFC to suffer losses and decreased sales by closing 161 outlets and the company's sales decreased from Rp. 137.94 billion to Rp. 76.58 billion in 2021.

This study aims to increase Behavioral Intentions towards Restaurant Fast Food CFCs by knowing the factors that influence it. This study conducted a survey by distributing online questionnaires. Then the researchers analyzed the survey using the SEM (Structural Equation Model) method with Lisrel software version 8.8 which required 130 respondents who passed the screening. The results of this study indicate that Food Quality has a positive influence on Customer Perceived Value, Customer Perceived Value has a positive influence on Customer Satisfaction, and Customer Satisfaction has a positive influence on Behavioral Intentions while Physical Environment Quality and Employee Service Quality have no significant influence on Customer Perceived Value.

Keywords: Food Quality, Physical Environment Quality, Employee Service Quality, Customer Perceived Value, Customer Satisfaction, Behavioural Intention.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	12
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Manfaat Penelitian	16
1.5 Batasan Penelitian	17
1.6 Sistematika Penulisan	18
BAB II LANDASAN TEORI	19
2.1 Tinjauan Teori	19
2.1.1 Service Quality	19
2.1.2 Food Quality	22
2.1.3 Physical Environment Quality	23
2.1.4 Employee Service Quality	24
2.1.5 Customer Perceived Value	25
2.1.6 Customer Satisfaction	27
2.1.7 Behavioural Intentions	28
2.2 Model Penelitian	29
2.3 Hipotesis	30
2.3.1 Pengaruh Food Quality terhadap Customer Perceived Value	30

2.3.2	Pengaruh Physical Environment Quality terhadap Customer Perceived Value	31
2.3.3	Pengaruh Employee Service Quality terhadap Customer Perceived Value.....	33
2.3.4	Pengaruh Customer Perceived Value terhadap Customer Satisfaction	34
2.3.5	Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Behavioural Intentions .	35
2.4	Penelitian Terdahulu.....	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		39
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	39
3.2	Desain Penelitian.....	42
3.2.1	Jenis Penelitian.....	43
3.2.2	Research Data.....	45
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	46
3.3.1	Target Populasi dan Sampling Unit	46
3.3.2	Sampling Frame	46
3.3.3	Sampling Techniques	46
3.3.4	Sample Size.....	48
3.4	Prosedur Penelitian.....	48
3.5	Identifikasi Variabel Penelitian	49
3.5.1	Variabel Eksogen	49
3.5.2	Variabel Endogen.....	50
3.5.3	Variabel Teramati (Observed Variable).....	50
3.6	Operasionalisasi Variabel.....	50
3.7	Teknik Analisis Data	55
3.7.1	Analisis Data Pre-test dengan Faktor Analisis.....	55
3.7.2	Uji Validitas	55
3.7.3	Uji Reliabilitas	56
3.8	Metode Analisis Data (SEM)	57
3.8.1	Tahapan Analisis Data SEM.....	57
3.8.2	Kecocokan Keseluruhan Model (Goodness of Fit).....	58
3.8.3	Kecocokan Model Pengukuran (Measurement Model)	59
3.8.4	Kecocokan Model Struktural (Structural Model Fit).....	62

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	66
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian	66
4.2 Profil Responden	66
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	67
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Domisili	68
4.2.5 Profil Responden Berdasarkan Anggaran Untuk Membeli Fast Food Dalam Seminggu	69
4.2.6 Profil Responden Berdasarkan Fast Food Apa Saja yang Pernah di Beli.....	70
4.3 Analisis Deskriptif.....	71
4.3.1 Food Quality	72
4.3.2 Physical Environment Quality	73
4.3.3 Employee Service Quality.....	74
4.3.4 Customer Perceived Value	75
4.3.5 Customer Satisfaction	76
4.3.6 Behavioural Intentions	77
4.4 Uji Instrumen Pretest.....	77
4.4.1 Uji Validitas	78
4.4.2 Uji Reliabilitas	79
4.5 Uji Instrumen Maintest menggunakan SEM.....	79
4.5.1 Hasil Analisis Goodness of Fit pada Measurement Model.....	80
4.5.2 Hasil Analisis Measurement Model.....	80
4.5.3 Hasil Analisis Goodness of Fit pada Structural Model.....	86
4.5.4 Hasil Analisis Structural Model.....	87
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	91
4.6.1 Hasil Uji Pengaruh Food Quality terhadap Customer Perceived Value.....	91
4.6.2 Hasil Uji Pengaruh Physical Environment Quality terhadap Customer Perceived Value.....	92
4.6.3 Hasil Uji Pengaruh Employee Service Quality terhadap Customer Perceived Value	93

4.6.4	Hasil Uji Pengaruh Customer Perceived Value terhadap Customer Satisfaction.....	94
4.6.5	Hasil Uji Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Behavioural Intentions.....	94
4.7	Implikasi Manajerial.....	95
4.7.1	Upaya Meningkatkan Customer Perceived Value melalui Food Quality.....	95
4.7.2	Upaya Meningkatkan Customer Satisfaction melalui Customer Perceived Value	97
4.7.3	Upaya Meningkatkan Behavioural Intentions melalui Customer Satisfaction.....	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		98
5.1	Kesimpulan.....	99
5.2	Saran	101
5.2.1	Saran untuk Perusahaan	101
5.2.2.	Saran untuk Penelitian Selanjutnya	105
DAFTAR PUSTAKA		104
LAMPIRAN.....		113



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3. 1 Tabel Operasionalisasi Variabel	50
Tabel 3. 2 Tabel Uji Validitas	56
Tabel 4. 1 Kategori Penilaian Responden	71
Tabel 4. 2 Penilaian Variabel Food Quality	72
Tabel 4. 3 Penilaian Variabel Physical Environment Quality	73
Tabel 4. 4 Penilaian Variabel Employee Service Quality	74
Tabel 4. 5 Penilaian Variabel Customer Perceived Value	75
Tabel 4. 6 Penilaian Variabel Customer Satisfaction	76
Tabel 4. 7 Penilaian Variabel Behavioural Intentions	77
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas	78
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	79
Tabel 4. 10 Hasil Uji Goodness of Fit	80
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Keseluruhan Data	83
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas pada Measurement Model	85
Tabel 4. 13 Hasil Uji Goodness of Fit	86
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Uji Hipotesis	89

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Sektor Usaha Paling Terdampak saat Pandemi Corona	2
Gambar 1. 2 Tren Data Pertumbuhan Industri Penyedia Makanan & Minuman	3
Gambar 1. 3 Menyusuri Perjalanan Fast Food di Indonesia	3
Gambar 1. 4 Perilaku Masyarakat Indonesia (Bagian I)	4
Gambar 1. 5 Perilaku Masyarakat Indonesia (Bagian II)	5
Gambar 1. 6 Konsumsi Fast Food Berdasarkan Usia	5
Gambar 1. 7 Skor Indeks Merek Makanan Cepat Saji Indonesia	7
Gambar 1. 8 Market Share Fast Food Indonesia	8
Gambar 1. 9 Restaurant Fast Food CFC	9
Gambar 1. 10 Diagram Responden Yang Pernah Membeli Fast Food CFC	10
Gambar 1. 11 Diagram Responden Sebelum Pandemi	10
Gambar 1. 12 Diagram Responden Saat Pandemi	11
Gambar 1. 13 Diagram Responden Alasan Jarang Membeli Fast Food CFC	11
Gambar 2. 1 Two Approaches To Service Quality Dimensions	20
Gambar 2. 2 Model Penelitian	29
Gambar 3. 1 Logo CFC	39
Gambar 3. 2 Menu Astaga CFC	40
Gambar 3. 3 Menu Family CFC	40
Gambar 3. 4 Menu Sensasi CFC	41
Gambar 3. 5 Menu Sides CFC	41
Gambar 3. 6 Menu Drinks CFC	42
Gambar 3. 7 Klasifikasi Research Design	43
Gambar 3. 8 Variabel Eksogen	49
Gambar 3. 9 Variabel Endogen	50
Gambar 3. 10 Proses 6 Tahapan SEM	57
Gambar 3. 11 Goodness of Fit Model	58
Gambar 3. 12 Measurement Model Variabel Food Quality	59
Gambar 3. 13 Measurement Model Variabel Physical Environment Quality	60
Gambar 3. 14 Measurement Model Variabel Employee Service Quality	60
Gambar 3. 15 Measurement Model Variabel Customer Perceived Value	61
Gambar 3. 16 Measurement Model Variabel Customer Satisfaction	61
Gambar 3. 17 Measurement Model Variabel Behavioural Intentions	62
Gambar 3. 18 One Tailed Test	64
Gambar 3. 19 Structural Model Path Diagram	65
Gambar 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Gambar 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia	67
Gambar 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
Gambar 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Domisili	68
Gambar 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Anggaran	69
Gambar 4. 6 Profil Responden Berdasarkan Fast Food yang Pernah di Beli	70
Gambar 4. 7 Measurement Model Path Diagram (Standardized Solution)	82

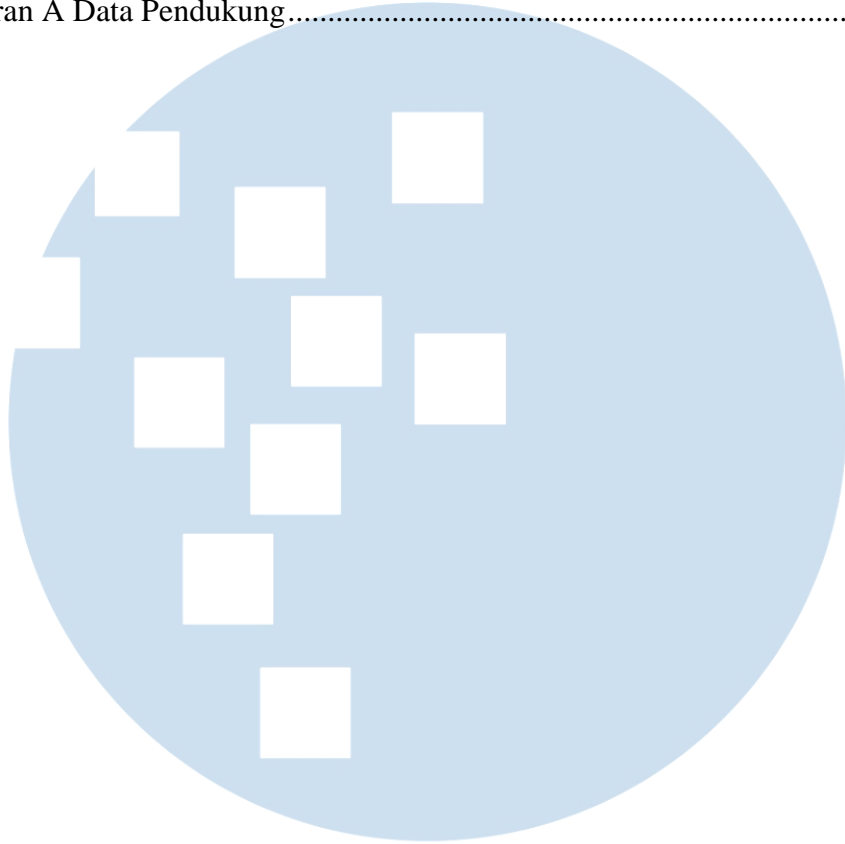
Gambar 4. 8 Measurement Model Path Diagram (T-values).....	82
Gambar 4. 9 Hasil CR dan VE variabel Food Quality.....	85
Gambar 4. 10 Hasil CR dan VE variabel Physical Environment Quality.....	85
Gambar 4. 11 Hasil CR dan VE variabel Employee Service Quality.....	85
Gambar 4. 12 Hasil CR dan VE variabel Customer Perceived Value.....	85
Gambar 4. 13 Hasil CR dan VE variabel Customer Satisfaction.....	85
Gambar 4. 14 Hasil CR dan VE variabel Behavioural Intentions.....	85
Gambar 4. 15 Structural Model Path Diagram (Estimates).....	88
Gambar 4. 16 Structural Model Path Diagram (T-values).....	88
Gambar 4. 17 Penyajian Kemasan Baru.....	96
Gambar 4. 18 Self Order Fast Food Restaurant.....	97
Gambar 4. 19 Varian Menu Baru.....	97

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Data Pendukung..... 113



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA