

PENGARUH *FOOD QUALITY, PRICE, SERVICE QUALITY, LOCATION AND ENVIRONMENT* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA WARUNK UPNORMAL



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)

Steven Surya Wijaya

0000046855

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2023

i

Pengaruh Food Quality, Price, Service Quality, Location and Environment terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction pada Warunk Upnormal, Steven Surya Wijaya, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Steven Surya Wijaya
NIM : 00000046855
Program studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi saya yang berjudul:

"Pengaruh Food Quality, Price, Service Quality, Location and Environment terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction pada Warunk Upnormal" merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 4 Desember 2023



Steven Surya Wijaya

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

Pengaruh *Food Quality, Price, Service Quality, Location and Environment* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada Warunk Upnormal

Oleh

Nama : Steven Surya Wijaya

NIM : 00000046855

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 4 Desember 2023

Pembimbing



Boby Arinto, S.E., M.M., ELT.

NIDN: 0323057005

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih S.E., M.s.M

NIDN: 0323047801

iii

Pengaruh *Food Quality, Price, Service Quality, Location and Environment* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada Warunk Upnormal, Steven Surya Wijaya, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Steven Surya Wijaya
NIM : 00000046855
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : **Pengaruh *Food Quality, Price, Service Quality, Location and Environment* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada Warunk Upnormal**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Saya tidak bersedia, dikarenakan:

- Dalam proses pengajuan untuk diterbitkan ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance***).

Tangerang, 4 Desember 2023



Steven Surya Wijaya

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

Pengaruh *Food Quality, Price, Service Quality, Location and Environment* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada Warunk Upnormal

Oleh

Nama : Steven Surya Wijaya

NIM : 00000046855

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

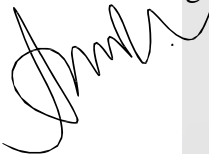
Telah diujikan pada hari Selasa, 19 Desember 2023

Pukul 13.00 s.d 15.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Angelina Theodora Ratna
Primantina, S.E., M.M.
NIDN : 0313097403

Penguji



Ika Yanuarti, S.E., M.S.F.
NIDN : 0708017601

Pembimbing



Boby Arinto, S.E., M.M.
NIDN : 0323057005

Ketua Program Studi Manajemen


Purnamaningsih, S.E., M.S.M.

NIDN : 0323047801

v

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat serta karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul: “**Pengaruh *Food Quality, Price, Service Quality, Location and Environment* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada Warunk Upnormal**” dengan baik dan tepat pada waktunya. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dari bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Bobby Arinto, S.E., M.M., ELT., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Teman-teman terdekat peneliti di Universitas Multimedia Nusantara yang memberi dukungan.
7. Responden yang telah menjawab pertanyaan kuesioner yang telah disebarkan oleh peneliti.

Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi kedepannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 4 Desember 2023



Steven Surya Wijaya

PENGARUH *FOOD QUALITY, PRICE, SERVICE QUALITY, LOCATION AND ENVIRONMENT* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA WARUNK UPNORMAL

Steven Surya Wijaya

ABSTRAK

Warunk Upnormal yang dikenal sebagai salah satu restoran yang populer sebagai tempat favorite masyarakat dengan menawarkan konsep unik dan suasana yang nyaman serta didukung oleh strategi marketing yang diterapkan untuk menunjang kesuksesannya. Namun kini kondisi Warunk Upnormal berbanding terbalik dimana justru mengalami permasalahan seperti sepi pengunjung sehingga beberapa gerainya harus tutup. Oleh sebab itu, penulis melihat bahwa fenomena tersebut menunjukkan adanya GAP yang dapat melatarbelakangi penelitian ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Food Quality, Price, Service Quality, Location and Environment* Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* Pada Warunk Upnormal. Penelitian ini menggunakan survei dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sampel diambil menggunakan Teknik *Non Probability Sampling* dengan metode *Judgmental Sampling* yang dibagikan kepada 240 responden konsumen dari Warunk Upnormal. Alat pengujian menggunakan *software* SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel dinyatakan valid dan reliabel, serta memenuhi syarat dalam pengujian *Inner Model* dan *Outer Model*. Hasil hipotesis penelitian menunjukkan *Food Quality, Price, Service Quality* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*, namun *Location and Environment* tidak memiliki pengaruh terhadap *Customer Satisfaction*. Selain itu, *Customer Satisfaction* berpengaruh berpengaruh positif terhadap *Customer Loyalty*.

Kata kunci: *Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Food Quality, Location and Environment, Price, Service Quality, Warunk Upnormal.*

THE INFLUENCE OF FOOD QUALITY, PRICE, SERVICE QUALITY, LOCATION AND ENVIRONMENT ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION IN WARUNK UPNORMAL

Steven Surya Wijaya

ABSTRACT (English)

Warunk Upnormal is known as one of the restaurants that is popular as a favorite place for people by offering a unique concept and comfortable atmosphere and is supported by marketing strategies implemented to support its success. However, now Warunk Upnormal's condition is the opposite, where it is experiencing problems such as lack of visitors, so several of its outlets have had to close. Therefore, the author sees that this phenomenon shows the existence of a GAP which could be the background for this research. The purpose of this research is to determine the influence of Food Quality, Price, Service Quality, Location and Environment on Customer Loyalty through Customer Satisfaction at Warunk Upnormal. This research uses a survey with a quantitative approach. The data collection technique uses a questionnaire. Samples were taken using the Non Probability Sampling Technique with the Judgmental Sampling method which was distributed to 240 consumer respondents from Warunk Upnormal. The testing tool uses SmartPLS software. The research results show that all variables are declared valid and reliable, and meet the requirements for Inner Model and Outer Model testing. The results of the research hypothesis show that Food Quality, Price, Service Quality have a positive influence on Customer Satisfaction, but Location and Environment have no influence on Customer Satisfaction. Apart from that, Customer Satisfaction has a positive effect on Customer Loyalty.

Keywords: *Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Food Quality, Location and Environment, Price, Service Quality, Warunk Upnormal.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Batasan Penelitian.....	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Tinjauan Teori	9
2.1.1 Food Quality.....	9
2.1.2 Price.....	11
2.1.3 Service Quality	12
2.1.4 Location and Environment	14
2.1.6 Customer Loyalty.....	16
2.2 Model Penelitian	17
2.3 Hipotesis.....	18
2.3.1 Food Quality berpengaruh positif terhadap Customer Satisfaction 18	
2.3.2 Price berpengaruh positif terhadap Customer Satisfaction	18

2.3.3 <i>Service Quality</i> berpengaruh positif terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	19
2.3.4 <i>Location and Environment</i> berpengaruh positif terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	19
2.3.5 <i>Customer Satisfaction</i> berpengaruh positif terhadap <i>Customer Loyalty</i>	20
2.4 Penelitian Terdahulu	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	24
3.2 Desain Penelitian.....	26
3.3 Jenis Penelitian.....	26
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	27
3.4.1 Populasi	27
3.4.2 Sampel.....	27
3.4.3 Ukuran Sampel.....	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data	27
3.6 Operasionalisasi Variabel	28
3.7 Teknik Analisis Data	35
3.7.1 Analisa <i>Outer Model</i>	35
3.7.2 Analisa <i>Inner Model</i>	36
3.8 Uji Hipotesis	37
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Karakteristik Responden	39
4.2 Analisis Deskriptif	42
4.2.1 Food Quality (FQ)	43
4.2.2 Price (PR).....	46
4.2.3 Service Quality (SQ)	49
4.2.4 Location and Environment.....	52
4.2.5 Customer Satisfaction	53
4.3 Uji Instrument Pre-Test	57
4.3.1 Uji Validitas Pre-Test	57
4.3.2 Uji Reliabilitas Pre-Test.....	60

4.4 Uji Instrumen Main-Test	62
4.4.1 Uji <i>Outer Model</i>	62
4.4.2 Uji <i>Inner Model</i>.....	70
4.5 Uji Hipotesis	74
4.6 Pembahasan.....	75
4.6.1 Pengaruh <i>Food Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	75
4.6.2 Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	77
4.6.3 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	78
4.6.4 Pengaruh <i>Location and Environment</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	79
4.6.5 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>.....	80
4.7 Implikasi Manajerial	82
4.7.1 Upaya dalam Meningkatkan Efek <i>Food Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Warunk Upnormal	82
4.7.2 Upaya dalam Meningkatkan Efek <i>Price</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Warunk Upnormal	82
4.7.3 Upaya dalam Meningkatkan Efek <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Warunk Upnormal	83
4.7.4 Upaya dalam Meningkatkan Efek <i>Location and Environment</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Warunk Upnormal.....	83
4.7.5 Upaya dalam Meningkatkan Efek <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> Warunk Upnormal	84
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	86
5.1 Simpulan.....	86
5.2 Saran	87
5.2.1 Saran Untuk Warunk Upnormal.....	87
5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	94

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel.....	28
Tabel 4. 1 Tabel Skala Interval Deskriptif	43
Tabel 4. 2 Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Food Quality	43
Tabel 4. 3 Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Price	46
Tabel 4. 4 Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Service Quality	49
Tabel 4. 5 Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Location and Environment	52
Tabel 4. 6 Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Customer Satisfaction	53
Tabel 4. 7 Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Customer Loyalty	55
Tabel 4. 8 Uji Validitas Pre-Test.....	57
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas Pre-Test	60
Tabel 4. 10 Convergent Validity Sebelum Penghapusan Indikator.....	62
Tabel 4. 11 Convergent Validity Setelah Penghapusan Indikator Pertama.....	64
Tabel 4. 12 Convergent Validity Setelah Penghapusan Indikator Kedua	65
Tabel 4. 13 Nilai Cross Loading.....	67
Tabel 4. 14 Nilai Fornell-Lacker Criterion.....	68
Tabel 4. 15 Average Variance Extracted.....	69
Tabel 4. 16 Composite Reliability	70
Tabel 4. 17 R-square	71
Tabel 4. 18 Effect Size	72
Tabel 4. 19 Path Coefficient	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 .1 Pertumbuhan PDB Industri Makanan dan Minuman	1
Gambar 1. 2 Outlet Warunk Upnormal	2
Gambar 1. 3 Interior Warunk Upnormal	4
Gambar 2. 1 Model Penelitian	17
Gambar 3. 1 Logo Warunk Upnormal	24
Gambar 3. 2 Menu Warunk Upnormal	24
Gambar 3. 3 Desain Penelitian	26
Gambar 4. 1 Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Gambar 4. 2 Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
Gambar 4. 3 Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	40
Gambar 4. 4 Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Gambar 4. 5 Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	42
Gambar 4. 6 Model SmartPLS	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Formulir Konsultasi Skripsi Prodi Manajemen	94
Lampiran B Jurnal Utama Penelitian	96
Lampiran C Google Form	105
Lampiran D Hasil Pre Test (SPSS)	118
Lampiran E Main Test (Smart PLS).....	124
Lampiran F Turnitin	128