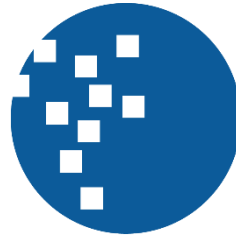


ANALISIS PENGARUH *FOOD QUALITY, EMPLOYEE SERVICE QUALITY* DAN *PHYSICAL ENVIRONMENT QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER PERCEIVED VALUE, CUSTOMER SATISFACTION* DAN *BEHAVIOURAL INTENTIONS* (STUDI PADA KONSUMEN RESTORAN CEPAT SAJI A&W)



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

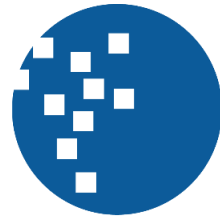
Skripsi

Muhammad Fadhil Rakasiwi

00000047503

**PROGRAM STUDI MANAGEMENT
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

ANALISIS PENGARUH *FOOD QUALITY, EMPLOYEE SERVICE QUALITY* DAN *PHYSICAL ENVIRONMENT QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER PERCEIVED VALUE, CUSTOMER SATISFACTION* DAN *BEHAVIOURAL INTENTIONS* (STUDI PADA KONSUMEN RESTORAN CEPAT SAJI A&W)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Skripsi

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Muhammad Fadhil Rakasiwi

0000047503

**PROGRAM STUDI MANAGEMENT
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Muhammad Fadhil Rakasiwi

NIM : 00000047503

Program studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi saya yang berjudul: **“Analisis Pengaruh Food Quality, Employee Service Quality dan Physical Environment Quality terhadap Customer Perceived Value, Customer Satisfaction dan Behavioral Intentions (Studi pada Konsumen Restoran Cepat Saji A&W)”**

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, 29/05/2024



(Muhammad Fadhil Rakasiwi)

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

**ANALISIS PENGARUH *FOOD QUALITY*, *EMPLOYEE SERVICE QUALITY* DAN
PHYSICAL ENVIRONMENT QUALITY TERHADAP *CUSTOMER PERCEIVED
VALUE*, *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *BEHAVIOURAL INTENTIONS* (STUDI
PADA KONSUMEN RESTORAN CEPAT SAJI A&W)**

Oleh

Nama : Muhammad Fadhil Rakasiwi
NIM : 00000047503
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 29 Mei 2024

Pembimbing



Dr. Rajesh Preetypal Singh, S.S., M.M
0430107605

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O
0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**ANALISIS PENGARUH *FOOD QUALITY*, *EMPLOYEE SERVICE QUALITY* DAN
PHYSICAL ENVIRONMENT QUALITY TERHADAP *CUSTOMER PERCEIVED
VALUE*, *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *BEHAVIOURAL INTENTIONS* (STUDI
PADA KONSUMEN RESTORAN CEPAT SAJI A&W)**

Oleh

Nama: Muhammad Fadhil Rakasiwi

Nim: 00000047503

Program Studi: Manajemen

Fakultas: Bisnis

Telah diujikan pada hari. Kamis, tanggal sidang 13 Juni 2024

Pukul 08.00 s.d 09.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang

Penguji



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O
0323047801



Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc.
0320089001

Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O
0323047801



Dr. Rajesh Prettypal Singh, S.S., M.M
0430107605

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Fadhil Rakasiwi
NIM : 00000047503
Program Studi : Manajemen
Jenjang : D3/S1/S2
Judul Karya Ilmiah : "Analisis Pengaruh Food Quality, Employee Service Quality dan Physical Environment Quality terhadap *Customer Perceived Value*, *Customer Satisfaction* dan Behavioral Intentions (Studi pada Konsumen Restoran Cepat Saji A&W)"

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, 21 Juni 2024



(Muhammad Fadhil Rakasiwi)

** 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.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat rahmatnya, sehingga laporan penelitian skripsi ini dapat terlaksana dengan baik dan selesai tepat waktu dengan judul “Analisis Pengaruh Food Quality, Employee Service Quality dan Physical Environment Quality terhadap *Customer Perceived Value*, *Customer Satisfaction* dan Behavioral Intentions (Studi pada Konsumen Restoran Cepat Saji A&W)”. Dengan penelitian Skripsi ini menjadi salah satu syarat yang harus terpenuhi untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M.); Program Studi Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, akan menjadi sangat sulit bagi peneliti untuk dapat menyelesaikan tugas skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta berkat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir dalam bentuk skripsi dengan lancar dan tepat waktu sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.
2. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
3. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
4. Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
5. Dr. Rajesh Prettypal Singh, S.S., M.M., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
6. Keluarga saya yang telah memberikan support baik dalam bentuk moral maupun material agar tugas akhir ini dapat selesai.
7. Angelica L. Manno selaku teman yang tiada hentinya memberikan dorongan agar tetap termotivasi untuk selalu menyelesaikan skripsi hingga selesai
8. Nadya Bevis selaku teman yang memberikan dukungan dalam bentuk motivasi serta saran-saran dalam proses penyusunan skripsi hingga selesai.
9. Teman-teman Laidback Horses yang selalu memberikan semangat serta dukungan dalam penyusunan skripsi hingga selesai.
10. Seluruh teman-teman serta rekan-rekan terdekat yang selalu memberikan semangat dan dukungan dalam proses pembuatan skripsi ini.
11. Para responden yang telah bersedia mengisi kuesioner terkait penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa laporan kerja magang MBKM yang peneliti tulis masih jauh dari kesempurnaan. Kritik dan saran sangat peneliti harapkan agar kedepannya dapat dijadikan pembelajaran yang sangat berharga. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung peneliti sejak awal melakukan kerja magang sampai pada proses penulisan. Tidak luput juga, peneliti mengucapkan terima kasih kepada para pembaca yang telah membaca laporankerja magang MBKM ini. Semoga karya tulis ilmiah yang peneliti tulis dapat memberikan manfaat serta menjadi ladang ilmu bagi para pembaca.

Tangerang, 28 Mei 2024



Muhammad Fadhil Rakasiwi



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ANALISIS PENGARUH *FOOD QUALITY, EMPLOYEE SERVICE QUALITY* DAN *PHYSICAL ENVIRONMENT QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER PERCEIVED VALUE, CUSTOMER SATISFACTION* DAN *BEHAVIOURAL INTENTIONS* (STUDI PADA KONSUMEN RESTORAN CEPAT SAJI A&W)

Muhammad Fadhil Rakasiwi

ABSTRAK

Di Indonesia terdapat banyak sekali restoran cepat saji atau *fast food* serta beragam macam jenisnya. A&W menjadi salah satu restoran cepat saji atau *fast food* yang berada di Indonesia. Masuk ke Indonesia sejak tahun 1985, A&W merupakan salah satu merk restoran cepat saji atau *fast food* yang keberadaannya sudah sangat lama di Indonesia. Kualitasnya pun seharusnya sudah tidak diragukan lagi, akan tetapi pada tahun 2022 top brand index dari restoran *fast food* A&W mengalami penurunan. Tidak hanya itu, tetapi juga gerai dari restoran *fast food* A&W juga tidak banyak bertambah serta kalah jumlahnya dibandingkan para pesaing utamanya. A&W pun tercatat hanya memiliki penikmat sebanyak 2,6 juta orang yang dimana bukan merupakan penghuni klasemen papan atas dari restoran yang terlaris dan masih kalah terlampau jauh jumlah penikmatnya dengan pesaing utamanya di tahun 2021. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki tujuan untuk meneliti pengaruh dari *Food Quality, Employee Service Quality* dan *Physical Environment Quality* terhadap *Behavioral Intention* yang dimediasi oleh *Customer Perceived Value* dan *Customer Satisfaction*. Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode kuantitatif serta *non-probability sampling* dengan responden sebanyak 181 responden yang diolah menggunakan SmartPLS 4 dengan kriteria responden yang berumur minimal 20 tahun, laki-laki atau perempuan dan responden sudah pernah mengkonsumsi produk restoran cepat saji A&W. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa *Food Quality, Employee Service Quality* dan *Physical Environment Quality* berpengaruh terhadap *Customer Perceived Value* lalu *Customer Perceived Value* tidak berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Satisfaction* tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*.

Kata kunci: kualitas makanan, kualitas pelayanan oleh karyawan, kualitas lingkungan fisik, nilai yang dirasakan pelanggan, kepuasan pelanggan, niat dari pelanggan

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF FOOD QUALITY, EMPLOYEE SERVICE QUALITY AND PHYSICAL ENVIRONMENT QUALITY ON CUSTOMER PERCEIVED VALUE, CUSTOMER SATISFACTION AND BEHAVIORAL INTENTIONS (STUDY ON A&W FAST FOOD RESTAURANT CONSUMERS)

Muhammad Fadhil Rakasiwi

ABSTRACT

In Indonesia, there are many fast food or fast food restaurants and various types. A&W is one of the fast food or fast food restaurants in Indonesia. Entering Indonesia since 1985, A&W is one of the fast food restaurant brands that has been around for a very long time in Indonesia. Its quality should not be doubted, however, in 2022 the top brand index of A&W fast food restaurants will experience a decline. Not only that, A&W fast food restaurant outlets have not increased in number and are outnumbered by their main competitors. A&W is also recorded as having only 2.6 million fans, which are not top-level staking residents of the best-selling restaurants and are still far behind in the number of fans compared to its main competitors in 2021. Therefore, this research aims to examine the influence of Food Quality, Employee Service Quality and Physical Environment Quality on Behavioral Intention which is mediated by Customer Perceived Value and Customer Satisfaction. In this research, the method used was a quantitative method and non-probability sampling with 181 respondents processed using SmartPLS 4 with the criteria being that the respondent was at least 20 years old, male or female and the respondent had previously consumed A&W fast food restaurant products. The results of this research state that Food Quality, Employee Service Quality and Physical Environment Quality have an effect on Customer Perceived Value, then Customer Perceived Value has no effect on Customer Satisfaction and Customer Satisfaction has no effect on Behavioral Intention.

Keyword: *Food Quality, Employee Service Quality, Physical Environment Quality, Customer Perceived Value, Customer Satisfaction, Behavioral Intention*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

1.1.	Latar Belakang Penelitian	1
1.2.	Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	11
1.3.	Tujuan Penelitian	13
1.4.	Manfaat Penelitian	13
1.5.	Batasan Penelitian.....	14
1.6.	Sistematika Penulisan	14
2.1	Tinjauan Teori.....	15
2.1.1	<i>Consumer Behavior</i>	15
2.1.2	<i>Food Quality</i>	15
2.1.3	<i>Employee Service Quality</i>	16
2.1.4	<i>Physical Environment Quality</i>	17
2.1.5	<i>Customer Perceived Value</i>	18
2.1.6	<i>Customer Satisfaction</i>	19
2.1.7	<i>Behavioral Intention</i>	20
2.2	Model Penelitian	21
2.3	Hipotesis	21
2.3.1	Hubungan Antara <i>Food Quality</i> dengan <i>Customer Perceived Value</i>	21
2.3.2	Hubungan Antara <i>Employee Service Quality</i> dengan <i>Customer Perceived Value</i>	22
2.3.3	Hubungan Antara <i>Physical Environment Quality</i> dengan <i>Customer Perceived Value</i>	22
2.3.4	Hubungan Antara <i>Customer Perceived Value</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	23
2.3.5	Hubungan Antara <i>Customer Satisfaction</i> dengan <i>Behavioral Intention</i>	24
2.4	Penelitian Terdahulu	24
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	30
3.2	Desain Penelitian	33
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	35
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.5	Operational Variabel.....	38
3.6	Teknik Analisis Data.....	42
3.7	Uji Hipotesis	47
4.1	Karakteristik Responden.....	49
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....	50
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Seberapa Sering Mengonsumsi Makanan <i>Fast food</i>	51

4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Dalam Membeli Makanan <i>Fast food</i>	52
4.2	Analisis Statistik	52
4.3	Uji Hipotesis	67
4.4	Pembahasan.....	69
4.4.1	Pengaruh <i>Food Quality</i> Terhadap <i>Customer Perceived Value</i>	69
4.4.2	Pengaruh <i>Employee Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Perceived Value</i>	70
4.4.3	Pengaruh <i>Physical Environment Quality</i> Terhadap <i>Customer Perceived Value</i>	70
4.4.4	Pengaruh <i>Customer Perceived Value</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	70
4.4.5	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	71
4.5	Implikasi Manajerial	71
4.5.1	Upaya Meningkatkan <i>Customer Perceived Value</i> Melalui <i>Food Quality</i>	71
4.5.2	Upaya Meningkatkan <i>Customer Perceived Value</i> Melalui <i>Employee Service Quality</i>	72
4.5.3	Upaya Meningkatkan <i>Customer Perceived Value</i> Melalui <i>Physical Environment Quality</i>	73
5.1.	Simpanan	74
5.2.	Saran	75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik pengeluaran bulanan untuk makanan.....	2
Gambar 1.2 Grafik intentsitas konsumsi makanan cepat saji dalam sepekan berdasarkan gender.....	3
Gambar 1.3 Grafik kelompok umur yang paling sering mengkonsumsi makanan <i>fast food</i>	4
Gambar 1.4 Grafik tingkat pelayanan restoran <i>fast food</i> terbaik	5
Gambar 1.5 Hasil survei makanan paling enak dari restoran cepat saji.....	6
Gambar 1.6 Daftar restoran terlaris di Indonesia	7
Gambar 1.7 Survei harga ayam krispy paling murah.....	7
Gambar 1.8 Survei harga burger paling murah.....	8
Gambar 1.9 Survei harga kentang goreng paling murah.....	8
Gambar 1.10 Brand index restoran <i>fast food</i> A&W.....	9
Gambar 1.11 Perbandingan brand index A&W, KFC dan McDonalds	10
Gambar 2.1 Model penelitian	21
Gambar 3.1 Logo restoran <i>fast food</i> A&W.....	30
Gambar 3.2 Menu Paket Gratis.....	31
Gambar 3.3 Menu Paket Kentang.....	31
Gambar 3.4 Menu A&W Picnic Barell.....	32
Gambar 3.5 Menu A&W Good Friends.....	32
Gambar 3.6 Menu A&W Hari-Hari Untung	33
Gambar 3.7 Bagan penjelasan desain penelitian.....	34
Gambar 3.8 Variabel eksogen.....	37
Gambar 3.9 Variabel endogen	37
Gambar 3.10 Prosedur analisis PLS-SEM.....	44
Gambar 4.1 Persentase jumlah profil responden berdasarkan jenis kelamin	49
Gambar 4.2 Persentase jumlah profil responden berdasarkan usia.....	50
Gambar 4.3 Persentase jumlah profil responden berdasarkan profesi	50
Gambar 4.4 Persentase jumlah profil responden berdasarkan frekuensi mengkonsumsi makanan <i>fast food</i>	51
Gambar 4.5 Persentase jumlah profil responden berdasarkan pengeluaran pembelian makanan <i>fast food</i>	52
Gambar 4.6 Hasil uji measurement model.....	63
Gambar 4.7 Hasil uji hipotesis.....	69
Gambar 4.8 Penyajian makanan ayam goreng	72
Gambar 4.9 Pelatihan serta diskusi karyawan mengenai pelayanan.....	72
Gambar 4.10 Teknologi <i>self service</i> untuk pemesanan makanan	73

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu	24
Tabel 3.1 Operational variable.....	38
Tabel 3.2 <i>Rule of thumb</i> uji validitas	43
Tabel 3.3 <i>Rule of thumb measurement models</i>	45
Tabel 3.4 <i>Rule of thumb</i> model struktural.....	46
Tabel 4.1 Skala nilai interval	53
Tabel 4.2 Hasil tanggapan responden mengenai <i>Food Quality</i>	53
Tabel 4.3 Hasil tanggapan responden mengenai <i>Employee Service Quality</i>	55
Tabel 4.4 Hasil tanggapan responden mengenai <i>Physical Environment Quality</i>	56
Tabel 4.5 Hasil tanggapan responden mengenai <i>Customer Perceived Value</i>	57
Tabel 4.6 Hasil tanggapan responden mengenai <i>Customer Satisfaction</i>	58
Tabel 4.7 Hasil tanggapan responden mengenai <i>Behavioral Intention</i>	59
Tabel 4.8 Hasil uji validitas <i>pre-test</i>	60
Tabel 4.9 Hasil uji reliabilitas <i>pre-test</i>	62
Tabel 4.10 Hasil uji <i>convergent validity main-test</i>	64
Tabel 4.11 Hasil uji <i>discriminant validity main test</i>	65
Tabel 4.12 Hasil uji <i>fornell-lacker criterion main test</i>	66
Tabel 4.13 Hasil uji <i>bootsrapping main test</i>	66