



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**ANALISIS PENGARUH *FOOD QUALITY, SERVICE PERSON*
CUSTOMER ORIENTATION, PHYSICAL ENVIRONMENT
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* SERTA
IMPLIKASINYA PADA *BEHAVIORAL INTENTION***

(Telaah pada Konsumen One Eighty Coffee & Music)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Chrestella Carissa

14130110033

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2018

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama penyusun : Chrestella Carissa
Nomor Induk Mahasiswa : 14130110033
Fakultas / Jurusan : Bisnis / Manajemen
Judul skripsi : Analisis Pengaruh *Food Quality, Service Person Customer Orientation, Physical Environment* terhadap *Customer Satisfaction* serta implikasinya pada *Behavioral Intention* (Telaah pada Konsumen One Eighty Coffee & Music)
Dosen Pembimbing : Purnamaningsih, S.E., M.S.M.

Tangerang, 21 Februari 2018

Ketua Sidang

Penguji



(Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc.)



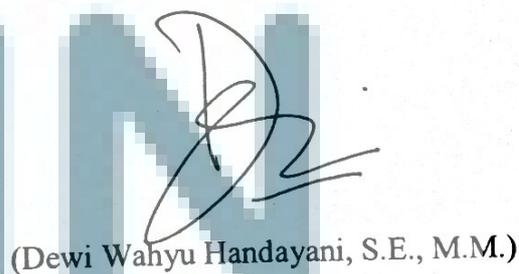
(Trihadi P. Erhan, S.E., M.S.E., CBO)

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi



(Purnamaningsih, S.E., M.S.M.)



(Dewi Wahyu Handayani, S.E., M.M.)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya , Chrestella Carissa menyatakan bahwa skripsi dengan judul “*Analisis Pengaruh Food Quality, Service Person Customer Orientation, Physical Environment terhadap Customer Satisfaction serta implikasinya pada Behavioral Intention (Telaah pada Konsumen One Eighty Coffee & Music)*” adalah hasil karya saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila ditemukan kecurangan atau plagiat dalam skripsi ini, saya bersedia menerima konsekuensi yang telah ditentukan oleh pihak Universitas.

Tangerang, 21 Februari 2018

UMN



Chrestella Carissa

14130110033

ABSTRAK

Seiring perkembangan jaman, industri kuliner berkembang dengan sangat pesat. Restoran berlomba – lomba menawarkan berbagai menu dan pengalaman bagi *customer* mereka. Salah satu cara yang dapat dilakukan sebuah restoran untuk dapat bertahan di industri kuliner adalah membuat *existing customer* mereka merasa puas. *Existing customer* yang puas dipercaya memberikan beberapa implikasi lainnya seperti tindakan kunjungan kembali, *word-of-mouth positif* dan rekomendasi kepada orang lain. Terdapat beberapa faktor kualitas sebuah restoran yang membuat *customer* merasa puas, yaitu *food quality*, *service person customer orientation* dan *physical environment*. One Eighty Coffee & Music merupakan salah satu restoran *casual dining* di Bandung yang terbilang masih baru, namun mendapat animo positif dari masyarakat karena keunikannya yang dimilikinya. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui apakah *food quality*, *service person customer orientation*, dan *physical environment* mempengaruhi *customer satisfaction* serta memiliki implikasi pada *behavioral intention* di One Eighty Coffee & Music.

Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 135. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan *structural equation modelling* (SEM) dengan bantuan perangkat lunak LISREL versi 8.8. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif antara *food quality*, *service person customer orientation*, *physical environment* terhadap *customer satisfaction*, serta terdapat pengaruh positif antara *customer satisfaction* terhadap *behavioral intention*.

Kata Kunci : *food quality*, *service person customer orientation*, *physical environment*, *customer satisfaction*, *behavioral intention*, *restaurant*, *casual dining*

UMMN

ABSTRACT

In a highly competitive market, restaurants compete to survive in culinary industry. There are several ways to survive in culinary industry. One of them is to make their existing customer satisfied. Satisfied customer lead to repurchase intention, spreading positive word-of-mouth and giving recommendation to others. Restaurants need to make their customer satisfied by maintaining their restaurant quality such as, food quality, service person customer orientation, and physical environment. One Eighty Coffee & Music is a new casual dining restaurant located in Bandung, who attract many customers to visited. Therefore, this study seeks to examine the influence of food quality, service person customer orientation, physical environment on customer satisfaction, and influence of customer satisfaction on behavioral intention for dining out in the context of One Eighty Coffee & Music.

A quantitative study was conducted and questionnaire completed by 135 respondents. Structural Equation Modelling (SEM) was employed with LISREL 8.8 version to analyse the data. The study revealed a positive influence between food quality, service person customer orientation, physical environment and customer satisfaction. Customer satisfaction also has a positive influence toward behavioral intention.

Keywords : food quality, service person customer orientation, physical environment, customer satisfaction, behavioral intention, restaurant, casual dining

UMMN

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena hanya oleh kasih dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan sesuai dengan waktu yang ditentukan. Skripsi berjudul “Analisis Pengaruh *Food Quality, Service Person Customer Orientation, Physical Environment* terhadap *Customer Satisfaction* serta implikasinya pada *Behavioral Intention* (Telaah pada Konsumen One Eighty Coffee & Music)” disusun sebagai salah satu syarat kelulusan dalam menyelesaikan pendidikan strata 1 program studi manajemen di Universitas Multimedia Nusantara.

Selama proses penyusunan skripsi, penulis mendapatkan banyak ilmu serta pengalaman tambahan yang belum pernah didapatkan sebelumnya. Diharapkan, skripsi ini dapat menambah literatur dalam ilmu pemasaran, serta memberikan manfaat bagi akademisi maupun praktisi mengenai *food quality, service person customer orientation, physical environment, customer satisfaction* dan *behavioral intention*.

Proses penyusunan skripsi juga tidak luput dari bantuan, masukan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan seluruh rasa hormat penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah terlibat membantu penyusunan skripsi khususnya kepada :

1. Orang tua serta keluarga yang selalu memberikan motivasi dan dukungan moril serta materiil kepada penulis selama proses penyusunan skripsi sehingga dapat selesai dengan baik.

2. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan sabar memberikan bimbingan, masukan, arahan serta dukungan moral kepada penulis selama proses penyusunan skripsi hingga dapat selesai dengan baik dan tepat waktu.
3. Ibu Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc. selaku Ketua Sidang yang telah memberikan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.
4. Bapak Trihadi P.Erhan, S.E., M.S.E.,CBO selaku dosen Penguji Ahli yang telah memberikan ilmu, saran dan arahan terkait penelitian ini.
3. Ibu Dewi Wahyu Handayani, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan dukungan serta menyetujui skripsi ini.
4. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara yang telah berbagi ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Bapak Aris, selaku *supervisor* One Eighty Coffee & Music yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian dan bersedia meluangkan waktu untuk diwawancarai.
7. Teman-teman selama menempuh pendidikan di program studi manajemen Universitas Multimedia Nusantara angkatan 2014 yang tidak pernah lupa menghibur, memberikan dukungan serta bantuan kepada penulis selama mengerjakan skripsi, Dessy, Sabrina, Nia, Reka, Monique, Nita, Anisa dan Adrian.

8. Seluruh responden yang telah bersedia untuk diwawancarai dan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner pada penelitian ini.
9. Anthony M. beserta rekan-rekan yang selalu memberikan dukungan dan membantu proses penyebaran kuesioner di Bandung.
10. Teman-teman penulis yang tidak dapat dituliskan satu per satu, namun selalu memberikan dukungan, saran dan bantuan kepada penulis untuk melakukan penyebaran kuesioner hingga proses penyusunan skripsi.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam skripsi ini, sehingga penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran membangun agar dapat menghasilkan karya yang lebih baik. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat berguna dan memberikan manfaat positif bagi seluruh pihak yang membacanya. Terima kasih

Tangerang, 21 Februari 2018

UMMN



Chrestella Carissa

14130110033

DAFTAR ISI

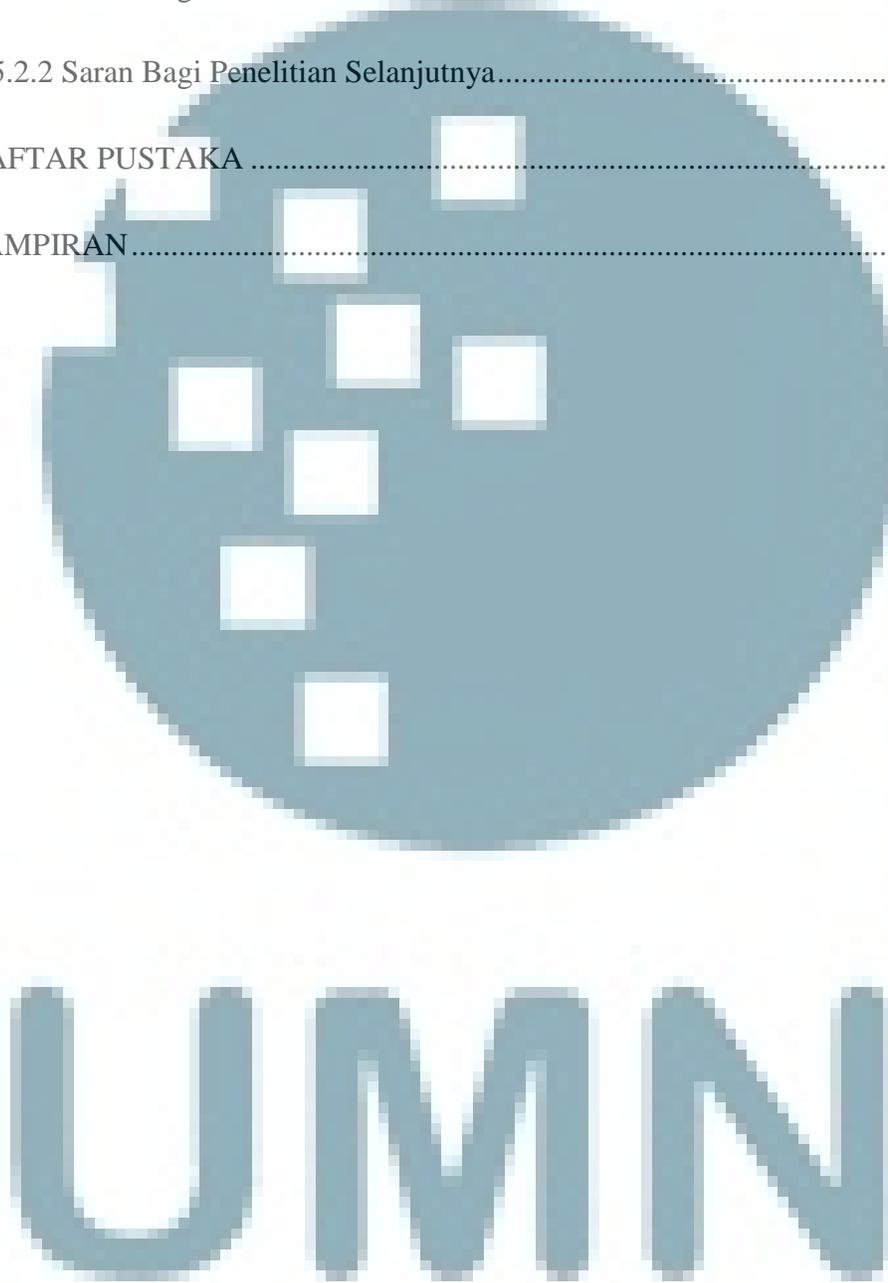
COVER.....	i
PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
BAB II LANDASAN TEORI.....	28
2.1 <i>Consumer Behavior</i>	28
2.2 <i>Restaurant</i>	30
2.2.1 <i>Kind and Characteristics of Restaurant</i>	31
2.3 <i>Food Quality</i>	36
2.4 <i>Service Person Customer Orientation</i>	38

2.5 <i>Physical Environment</i>	41
2.6 <i>Customer satisfaction</i>	43
2.7 <i>Behavioral Intention</i>	44
2.8 Pengembangan Hipotesis	46
2.8.1 Hubungan variabel <i>food quality</i> dengan <i>customer satisfaction</i>	46
2.8.2 Hubungan variabel <i>service person customer orientation</i> dengan <i>customer satisfaction</i>	47
2.8.3 Hubungan variabel <i>physical environment</i> dengan <i>customer satisfaction</i>	48
2.8.4 Hubungan variabel <i>customer satisfaction</i> dengan <i>behavioral intention</i>	49
2.9 Model Penelitian	50
2.10 Penelitian Terdahulu	51
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	55
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	55
3.2 Jenis dan Desain Penelitian.....	69
3.3 Prosedur penelitian.....	72
3.4 Populasi dan sampel.....	74
3.5 Identifikasi Variabel Penelitian.....	77
3.6 Operasionalisasi Variabel	79

3.7 Teknik Pengolahan Analisis Data	85
3.8 Model Pengukuran (<i>measurement model</i>)	98
3.9 Model Keseluruhan Penelitian (<i>Path Diagram</i>)	101
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	101
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian	101
4.2 Profil Responden	102
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Domisili	102
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Profesi	103
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	104
4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Usia	105
4.3 Analisis Deskriptif	105
4.3.1 <i>Food Quality</i>	106
4.3.2 <i>Service Person Customer Orientation</i>	107
4.3.3 <i>Physical Environment</i>	109
4.3.4 <i>Customer Satisfaction</i>	111
4.3.5 <i>Behavioral Intention</i>	112
4.4 Uji Instrumen <i>Pre-test</i>	113
4.5 Hasil Analisa Data <i>Structural Equation Model (SEM)</i>	115

4.5.1 Hasil Analisis Model Pengukuran (<i>measurement model</i>)	115
4.5.2 Hasil Analisis <i>Goodness-of-Fit Measurement Model</i>	122
4.5.3 Hasil Analisis Model Struktural (<i>structural model</i>).....	123
4.5.4 Hasil Analisis <i>Goodness-of-Fit Structural Model</i>	128
4.6 Pembahasan.....	128
4.6.1 Hasil Uji Pengaruh <i>Food Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	129
4.6.2 Hasil Uji Pengaruh <i>Service Person Customer Orientation</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	129
4.6.3 Hasil Uji Pengaruh <i>Physical Environment</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	130
4.6.4 Hasil Uji Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> ..	132
4.7 Implikasi Manajerial	132
4.7.1 Upaya meningkatkan <i>Customer Satisfaction</i> melalui <i>Food Quality</i>	133
4.7.2 Upaya meningkatkan <i>Customer Satisfaction</i> melalui <i>Service Person Customer Orientation</i>	140
4.7.3 Upaya meningkatkan <i>Customer Satisfaction</i> melalui <i>Physical Environment</i>	147
4.7.4 Upaya meningkatkan <i>Behavioral Intention</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	166
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	167
5.1 Kesimpulan	167

5.2 Saran.....	169
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	169
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	172
DAFTAR PUSTAKA	174
LAMPIRAN.....	182



UMN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Kelas Menengah di Indonesia dalam Juta Jiwa	2
Gambar 1.2 Infografis perilaku belanja kelas menengah.....	4
Gambar 1.3 Salah satu <i>chain restaurant</i> di Indonesia	8
Gambar 1.4 Contoh gerai <i>quick service restaurant</i> di Indonesia.....	9
Gambar 1.5 Contoh gerai <i>fast casual restaurant</i>	10
Gambar 1.6 Contoh <i>family restaurant</i>	11
Gambar 1.7 Contoh <i>casual dining restaurant</i>	12
Gambar 1.8 Contoh <i>fine dining restaurant</i>	13
Gambar 1.9 Rekomendasi <i>café instagramable</i> oleh website infobdg.....	17
Gambar 1.10 Rekomendasi restoran <i>instagramable</i> oleh Google	18
Gambar 1.11 Suasana area kolam One Eighty Coffee & Music.....	19
Gambar 1.12 <i>Manual brew methods</i> milik One Eighty Coffee & Music	19
Gambar 2.1 <i>A model of consumer decision-making</i>	29
Gambar 2.2 Model Penelitian	51
Gambar 3.1 Logo One Eighty Coffee & Music	57
Gambar 3.2 Interior One Eighty Coffee & Music	58
Gambar 3.3 Salah satu sudut ruangan di One Eighty Coffee & Music.....	59
Gambar 3.4 Tempat makan yang menyatu dengan kolam.....	60
Gambar 3.5 Suasana tempat makan dengan konsep perpustakaan	61
Gambar 3.6 Suasana tempat makan yang bersebelahan dengan area kolam	62

Gambar 3.7 Panggung <i>live music</i>	62
Gambar 3.8 Suasana <i>rooftop</i> One Eighty Coffee & Music.....	63
Gambar 3.9 Ruangan VIP One Eighty Coffee & Music.....	64
Gambar 3.10 Buku menu One Eighty Coffee & Music.....	65
Gambar 3.11 <i>English breakfast</i>	66
Gambar 3.12 <i>Quatro carni pizza</i>	67
Gambar 3.13 Butter Scotch Cappuccino.....	68
Gambar 3.14 Peralatan <i>manual brew</i> di One Eighty Coffee & Music.....	69
Gambar 3.15 Klasifikasi <i>research design</i>	70
Gambar 3.16 prosedur penelitian.....	73
Gambar 3.17 Klasifikasi <i>sampling techniques</i>	76
Gambar 3.18 Variabel Eksogen.....	79
Gambar 3.19 Variabel Endogen.....	80
Gambar 3.20 Enam tahapan proses <i>structural equation modelling</i>	91
Gambar 3. 21 <i>Two tailed test</i>	97
Gambar 3.22 Model pengukuran <i>Food Quality</i>	98
Gambar 3. 23 Model pengukuran <i>Service Person Customer Orientation</i>	99
Gambar 3. 24 Model pengukuran <i>Physical Environment</i>	99
Gambar 3. 25 Model pengukuran <i>Customer Satisfaction</i>	100
Gambar 3. 26 Model pengukuran <i>Behavioral Intention</i>	100
Gambar 3.27 <i>Path Diagram</i>	101

Gambar 4.1 Presentase Jumlah Responden Berdasarkan Domisili.....	102
Gambar 4.2 Presentase Jumlah Responden Berdasarkan Profesi.....	103
Gambar 4.3 Presentase jumlah responden berdasarkan jenis kelamin.....	104
Gambar 4.4 Presentase jumlah responden berdasarkan usia.....	105
Gambar 4.5 <i>Measurement model path diagram standardized solution</i>	116
Gambar 4.6 <i>Measurement model path diagram t-values</i>	117
Gambar 4. 7 <i>Path Diagram t-values</i>	124
Gambar 4. 8 <i>Path Diagram Estimate</i>	125
Gambar 4.9 Menu sop buntut One Eighty Coffee & Music	134
Gambar 4.10 Ilustrasi penyajian sop buntut.....	134
Gambar 4.11 Ilustrasi penyajian sop buntut.....	135
Gambar 4.12 Ilustrasi penyajian makanan dengan piring berbentuk segitiga	136
Gambar 4.13 Ilustrasi menu opor ayam	137
Gambar 4.14 Ilustrasi menu <i>wagyu beef rending</i>	138
Gambar 4.15 Ilustrasi seragam <i>waiters</i>	142
Gambar 4.16 Ilustrasi alternatif seragam <i>waiters</i>	143
Gambar 4.17 Ilustrasi alas kaki waiter yang melayani area kolam.....	144
Gambar 4.18 Ilustrasi <i>quotes</i>	145
Gambar 4.19 Ilustrasi <i>outdoor string lights</i> pada area kolam.....	148
Gambar 4. 20 Ilustrasi <i>laser lamp</i> pada area kolam.....	149

Gambar 4.21 Ilustrasi bunga imitasi pada <i>vertical garden</i> area kolam.....	150
Gambar 4.22 Ilustrasi <i>table setting</i> pada area kolam	151
Gambar 4.23 Ilustrasi <i>mini succulent</i> untuk meja berbentuk persegi di lantai 1 dan 2	152
Gambar 4.24 Ilustrasi <i>vintage rustic centerpiece</i> untuk meja berbentuk persegi di lantai 1 dan 2	153
Gambar 4.25 Ilustrasi <i>spice jar glass</i> untuk meja berbentuk persegi di lantai 1 dan 2	154
Gambar 4.26 Ilustrasi peletakan <i>centerpiece</i> untuk meja berbentuk persegi di lantai 1 dan 2	155
Gambar 4.27 Ilustrasi <i>paper lantern</i> dengan <i>fairy lights</i>	157
Gambar 4.28 Rak buku One Eighty Coffee & Music	158
Gambar 4.29 Ilustrasi penataan rak buku.....	159
Gambar 4. 30 Dinding kayu pada lantai 2 One Eighty Coffee & Music	160
Gambar 4.31 Ilustrasi <i>vertical garden</i> pada lantai 2	160
Gambar 4.32 Ilustrasi <i>Marque lights</i>	163
Gambar 4.33 Ilustrasi lampu bohlam dengan <i>pendant lamp shape</i>	164
Gambar 4.34 Ilustrasi <i>candle placeholder</i> untuk meja di lantai 1 dan 2	165
Gambar 4.35 Ilustrasi <i>loyalty card</i> One Eighty Coffee & Music	167
Gambar 4.36 Ilustrasi <i>free gift flower tea</i>	168
Gambar 4.37 Ilustrasi <i>free gift ground coffee</i>	168

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Profil usaha restoran/rumah makan berskala menengah dan besar, menurut provinsi tahun 2015	7
Tabel 1.2 Jumlah restoran, rumah makan di Kota Bandung tahun 2016	14
Tabel 2. 1 Jurnal pendukung	50
Tabel 3.1 Perbedaan antara <i>exploratory research</i> dengan <i>conclusive research</i>	71
Tabel 3.2 Tabel definisi operasionalisasi penelitian	81
Tabel 3. 3 Tabel ukuran validitas dan nilai disyaratkan.....	87
Tabel 3. 4 Perbandingan ukuran <i>Goodness of Fit</i>	92
Tabel 4. 1 Interval Kelas	107
Tabel 4.2 Penilaian responden terhadap <i>Food Quality</i>	107
Tabel 4.3 Penilaian responden terhadap <i>Service Person Customer Orientation</i>	109
Tabel 4.4 Penilaian responden terhadap <i>Physical Environment</i>	110
Tabel 4. 5 Penilaian responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	112
Tabel 4. 6 Penilaian responden terhadap <i>Behavioral Intention</i>	113
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pre-test	115
Tabel 4.8 Uji Validitas Keseluruhan Data	119
Tabel 4.9 Kesimpulan dan analisis reliabilitas.....	123
Tabel 4.10 Hasil Analisa <i>Goodness-of-Fit Measurement Model</i>	124
Tabel 4. 11 Hasil analisis model struktural.....	127
Tabel 4.12 Hasil Analisa <i>Goodness-of-Fit Structural Model</i>	130